

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**Gênero, mídia e estereótipos: uma análise da representação
da presidenta Dilma Rousseff**

BEATRIZ DA CRUZ NASCIMENTO CORRÊA

RIO DE JANEIRO

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**Gênero, mídia e estereótipos: uma análise da representação
da presidenta Dilma Rousseff**

Monografia apresentada à Escola de
Comunicação da Universidade Federal do Rio de
Janeiro como requisito parcial para a obtenção do
título de bacharel em Comunicação Social,
habilitação Jornalismo.

Beatriz da Cruz Nascimento Corrêa

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Suzy dos Santos

RIO DE JANEIRO

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Gênero, mídia e estereótipos: uma análise da representação da presidenta Dilma Rousseff**, elaborada por Beatriz da Cruz Nascimento Corrêa.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Suzy dos Santos
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof.^a Dr.^a Cristiane Henriques Costa
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof.^a Dr.^a Lígia Campos de Cerqueira Lana
Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG
Departamento de Comunicação – UFRJ

RIO DE JANEIRO

2014

FICHA CATALOGRÁFICA

CORRÊA, Beatriz da Cruz Nascimento.

Gênero, mídia e estereótipos: uma análise da representação da presidenta Dilma Rousseff. Rio de Janeiro, 2014.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação
– ECO.

Orientadora: Suzy dos Santos

Dedicatória

Aos meus pais, Luiz Ricardo e Cristina

Ao meu irmão Fabiano

À minha avó Marlene

CORRÊA, Beatriz da Cruz Nascimento. **Gênero, mídia e estereótipos: uma análise da representação da presidenta Dilma Rousseff.** Orientadora: Suzy dos Santos. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho analisa a presença de estereótipos de gênero na representação da presidenta Dilma Rousseff em revistas semanais brasileiras. O objetivo é demonstrar como as marcas de gênero presentes no discurso midiático contribuem para a perpetuação da desigualdade histórica entre homens e mulheres. Para isso, a pesquisa avalia as matérias de capa da presidenta nas revistas *Veja*, *Época*, *Carta Capital* e *Isto é* durante os três primeiros anos do mandato, ou seja, de 2011 a 2013. Para contextualizar a questão feminina hoje, o projeto também traça um histórico sobre as relações de gênero e suas transformações ao longo das últimas décadas. Além disso, o trabalho também aborda o conceito de estereótipo, como é construído, perpetuado, e como afeta a imagem das mulheres políticas na mídia.

Palavras-chaves: Mulher, Política, Dilma Rousseff, Gênero, Estereótipos

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
 2 GÊNERO E PODER.....	4
2.1 O gênero.....	4
2.2 A história dos movimentos feministas.....	7
2.3 Backlash contemporâneo.....	10
2.4 Espaço público e espaço privado.....	12
 3 MÍDIA E ESTEREÓTIPOS.....	15
3.1 O estereótipo.....	15
3.2 Gênero, estereótipos e mídia.....	19
3.3 A percepção das mulheres.....	25
 4 ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE DILMA ROUSSEFF.....	30
4.1 Dilma Rousseff.....	31
4.2 Personalidade.....	34
4.3 Aparência física.....	37
4.4 Vida privada.....	40
4.5 Espaço doméstico.....	41
4.6 A representação em imagens.....	43
4.7 Outras questões relevantes.....	44
 CONCLUSÃO.....	47
 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49

INTRODUÇÃO

No dia 1º de janeiro de 2011, Dilma Vana Rousseff tomou posse como a primeira mulher eleita para a Presidência da República do Brasil. Em um país onde as mulheres ainda são bastante sub-representadas nas instâncias de poder, o feito de Dilma se torna extremamente relevante. Dos 513 assentos da Câmara dos Deputados, só 45 (8,7%)¹ são ocupados por mulheres, e no Senado elas ocupam 8 (9,87%)² das 81 vagas. A porcentagem de mulheres na população brasileira é de 51% (Censo IBGE, 2010)³, no eleitorado nacional é de 51,909% (TSE)⁴ e ainda assim os homens são ampla maioria nos cargos políticos eletivos.

Como consequência de uma sociedade patriarcal que até meados do século XIX excluiu mulheres do espaço público, a associação do feminino à esfera privada ainda permeia a nossa cultura se manifestando em vários âmbitos, mesmo que às vezes de forma sutil. Mulheres em posições tradicionalmente masculinas tendem a ter sua vida pública fortemente associada à esfera privada e sofrem críticas se aparentam estar “perdendo a feminilidade”. Além disso, questões como aparência física e traços de personalidade muitas vezes recebem mais atenção do que seu trabalho.

Essa pesquisa tem por objetivo analisar a representação da presidenta Dilma Rousseff nas principais revistas semanais brasileiras nos três primeiros anos de mandato, sob uma perspectiva de gênero. Os veículos jornalísticos tem grande influência na definição de quais assuntos e quais vozes merecem ser ouvidos e debatidos pela sociedade. Embora não crie os estereótipos, ao reproduzi-los a imprensa contribui para sua perpetuação e legitimação. Dessa forma, a veiculação de imagens estereotipadas de grupos minoritários, no sentido social, já que mulheres, por exemplo, compõem pouco mais da metade da população, contribui para a marginalização dessas minorias.

¹ Disponível em

http://www.camara.gov.br/internet/deputado/Dep_Lista.asp?Legislatura=54&Partido=QQ&SX=F&Todos=None&UF=QQ&condic=QQ&forma=lista&nome=&ordem=nome&origem= Acesso em 16/05/2014

² Disponível em: <http://www12.senado.gov.br/noticias/infograficos/2013/07/info-representacao-de-mulheres-e-minorias-no-congresso> Acesso em 16/05/2014

³ Disponível em:

<http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/webservice/default.php?cod1=0&cod2=&cod3=&frm=homul> Acesso em 16/05/2014

⁴ Disponível em: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-eleicoes-2012> Acesso em 16/05/2014

A ruptura de um modelo histórico, como a dominação masculina da Presidência da República, faz desse um bom momento para o estudo proposto. A chegada de uma mulher ao cargo mais alto da política nacional é por vezes utilizada como argumento para a afirmação de que a igualdade total entre homens e mulheres foi atingida e que o feminismo, portanto, não é mais necessário. Esse trabalho pretende verificar se há de fato igualdade ou se o sexismo presente na sociedade se manifesta, mesmo que de maneira sutil, na representação presidenta Dilma Rousseff através de estereótipos de gênero.

No primeiro capítulo, pretende-se definir o conceito de gênero e mostrar como as características atribuídas ao masculino e ao feminino foram construídas socialmente ao longo da história. Atrelada a essa construção, será abordada a separação entre os espaços público e privado até meados do século XIX. O capítulo também irá traçar um histórico das conquistas das mulheres e sua relação com as diversas fases, ou ondas, como são mais conhecidas, do movimento feminista desde a entrada da mulher no espaço público, passando pela luta por direitos políticos, até a eleição de Dilma para a Presidência. Por fim, o capítulo apresentará algumas das atuais reivindicações do movimento feminista.

O segundo capítulo irá abordar o conceito de estereótipo, como é construído, sua relevância, de que forma ele se manifesta na mídia, como influencia a construção das imagens das mulheres em cargos de poder e contribui para a perpetuação de desigualdades. Serão abordadas algumas pesquisas sobre a representação de mulheres políticas na imprensa que apontam as marcas de gênero mais associadas a elas e as diferenças na construção de suas imagens em comparação com os políticos homens. Também será observada a percepção que as próprias políticas têm sobre a presença de estereótipos em suas representações na mídia e suas opiniões a esse respeito.

No terceiro capítulo, será realizada a análise proposta, que observará as matérias de capa de Dilma nas revistas *Veja*, *Época*, *Isto é* e *Carta Capital*, para verificar a existência de estereótipos associados ao gênero feminino na construção de sua imagem. A exceção será a matéria da revista *Isto é* do dia 12 de janeiro de 2011, cuja pauta é o dia a dia da primeira semana de Dilma no cargo, que não foi capa da edição, mas foi a única deste veículo a abordar, de forma central, sua chegada ao poder. Diferentemente das outras revistas, a cerimônia de posse não foi capa na *Isto é*.

A escolha de revistas semanais como objeto de estudo se deu devido ao tempo disponível para realização da pesquisa e ao maior aprofundamento das pautas nesses veículos. O período de produção das notícias nas revistas semanais pressupõe uma maior reflexão por parte dos jornalistas sobre os assuntos e indivíduos abordados nas matérias. Foram escolhidas as quatro revistas semanais mais relevantes e com número de expressivo de leitores. A revista *Veja* é o periódico semanal com maior circulação do Brasil, com 1.179.807 exemplares⁵, e tem um posicionamento claramente contrário ao governo do PT. A revista *Época* tem tiragem de 389.506 exemplares⁶ e a revista *Isto é* de 360.980 exemplares⁷. A revista *Carta Capital* tem uma tiragem pequena em relação às outras, com apenas 65 mil exemplares⁸, mas o fato de ter um posicionamento diferente, adotando a linha editorial mais esquerdista dentre elas e, portanto, mais próxima do governo Dilma, torna interessante a comparação com as demais.

A pesquisa vai analisar os textos das matérias, as fotos e montagens que os ilustram, buscando verificar a presença de referências à personalidade, à aparência física, à vida privada, vinculações ao espaço doméstico e referências à maternidade. Nos casos de edições especiais, todas as matérias do tema de capa serão analisadas, mas esse trabalho não irá analisar as colunas e demais editoriais das revistas.

⁵ Disponível em: <http://www.publiabril.com.br/tabelas-gerais/revistas/circulacao-geral>. Acesso em: 23/03/2014

⁶ Disponível em: http://editora.globo.com/midiakit/epoca/arquivos/MidiaKit_Epoca_2013-PT.pdf Acesso em 23/03/2014

⁷ Disponível em: http://www.editora3.com.br/downloads/midiakit_istoe.pdf Acesso em 23/03/2014

⁸ Disponível em <http://www.cartacapital.com.br/editora/cartacapital>. Acesso em 23/03/2014

2 GÊNERO E PODER

A sociedade produziu ao longo da história distinções entre os dois sexos que extrapolam as barreiras biológicas. Através da construção dos gêneros, papéis sociais hierarquicamente distintos foram atribuídos e impostos a homens e mulheres. Devido ao caráter patriarcal da maioria das sociedades nos últimos séculos, os homens exerceram o domínio sobre “o outro” ou “segundo sexo”, como as mulheres foram vistas até bem pouco tempo atrás.

As mudanças na posição que as mulheres ocupam no Brasil e no mundo vêm acontecendo lenta e gradativamente e são resultado de lutas de um movimento feminista que em sua primeira fase batalhava principalmente por direitos políticos e mudanças no estatuto legal das mulheres. A partir da década de 1960, com a revolução sexual provocada pela pílula anticoncepcional e a entrada da mulher no mercado de trabalho, surgiu uma nova onda feminista que afirma que “o pessoal é político” para reivindicar a inserção de questões até então consideradas exclusivas da esfera privada no debate político. Essa importante fase do movimento feminista obteve conquistas significativas, ainda que não tenha alcançado a equidade total.

Séculos de opressão sob o regime patriarcal ainda impactam negativamente a vida das mulheres e as mantém marginalizadas em vários âmbitos da vida social. O entendimento do processo histórico dessa dominação e de como vem sendo rompida é fundamental para a compreensão da percepção que se tem hoje dos papéis de gênero na sociedade e como eles afetam a ocupação dos espaços e as relações de poder. A inserção da mulher na política, principal esfera de tomada de decisão e de debate sobre mudanças na sociedade, afeta diretamente a visibilidade dos interesses femininos e evidentemente tem grande influência na criação de políticas públicas voltadas para a diminuição das desigualdades de gênero.

2.1 O gênero

“Não se nasce mulher: torna-se.”

Simone de Beauvoir

O sexo é uma atribuição biológica que distingue machos de fêmeas, enquanto que o gênero é uma construção social que determina papéis distintos para homens e mulheres. As identidades de gênero estabelecem diferentes regras para o comportamento, a aparência, a ocupação dos espaços e a divisão do trabalho entre homens e mulheres. As caracterizações do feminino e do masculino são rígidas e polarizadas: emotividade x racionalidade, privado x público, fragilidade x força, submissão x dominação, etc. Das mulheres, espera-se comportamento dócil, conformidade a padrões de beleza, pertencimento ao ambiente doméstico, vocação para cuidado com o lar e educação de crianças. Dos homens espera-se agressividade, pertencimento ao espaço público, vocação para o poder e para a liderança. A imposição dessas características é muito forte, sendo a presença de atributos do gênero oposto em um indivíduo, muito mal vista. A mulher masculinizada ou o homem afeminado são estigmatizados.

Como explica Joan Scott, o termo gênero foi cunhado justamente para explicitar uma recusa ao determinismo biológico intrínseco à palavra sexo.

No seu uso mais recente, ‘gênero’ parece ter primeiramente aparecido entre as feministas norte-americanas que desejavam insistir na qualidade fundamentalmente social das distinções baseadas no sexo. A palavra denotava uma rejeição ao determinismo biológico implícito no uso de termos como ‘sexo’ ou ‘diferença sexual’. (SCOTT apud OKIN, 2008: 316).

Esse determinismo serve ao propósito de naturalizar a dominação masculina, justificando-a e instituindo-a como imutável e fora do campo da influência social. Mesmo no século XXI as diferenças biológicas entre homens e mulheres ainda são utilizadas para justificar a discriminação e a violência contra a mulher. É comum que questionamentos e reivindicações das mulheres sejam desqualificados sob o argumento de que elas estão na TPM, ou que sua percepção está de alguma forma comprometida por conta dos efeitos de seus hormônios. Além disso, sua função na reprodução é usada para justificar um suposto pertencimento ao espaço doméstico. Os homens por sua vez são tidos como regidos por instintos naturais quase animais sendo, por isso, pouco capazes de controlar seus impulsos, o que justificaria a infidelidade masculina, ao passo que a feminina é condenada, e até crimes como o estupro, já que é comum o questionamento sobre uma suposta provocação por parte da vítima.

Pesquisas científicas, principalmente no campo da neurociência e da psicologia, ainda são utilizadas para confirmar, por exemplo, uma suposta aptidão inata de meninos para matemática e ciências exatas, e de meninas para as ciências humanas e áreas ligadas ao cuidado, como enfermagem. Pouco se fala, no entanto, que ao serem avaliadas nas pesquisas as crianças já sofreram influência social para se enquadrarem nas características que se esperam delas. Dessa forma, as mulheres no mercado de trabalho são mantidas em profissões que coincidem com os estereótipos de gênero socialmente construídos.

Estudos antropológicos já contestaram o determinismo biológico mostrando que a estrutura da organização social varia de acordo com época e localidade. As descobertas sobre o modo de vida de sociedades primitivas evidenciaram o caráter cultural da dominação masculina. Em *“A origem da família, da propriedade privada e do Estado”*, Engels atribui as transformações nas relações de poder ao surgimento de novas técnicas de produção. Na divisão do trabalho de sociedades primitivas, o homem ia à guerra, caçava e pescava, enquanto a mulher cuidava da casa, preparava a comida e confeccionava as roupas. Cada um detinha poder no seu domínio, o homem na floresta e a mulher na casa, e era proprietário dos instrumentos que produzia e usava. Apesar desse pertencimento ao espaço privado, o trabalho doméstico exercido pelas mulheres tinha grande importância econômica nessa época, não sendo hierarquicamente inferior ao do homem.

Segundo Engels, a descoberta de metais que possibilitaram a fabricação de novos e melhores instrumentos provocou aumento da produção agropecuária, tornando a força de trabalho do homem capaz de produzir mais do que o que ele necessitava para viver, além de permitir a ampliação do campo de produção. O aumento da produtividade gerou riqueza e a ampliação do campo produtor trouxe a escravidão. Todo o excedente, ou seja, a riqueza, pertencia ao homem. A mulher consumia e trabalhava, mas seu trabalho não gerava riqueza, assim não tinha participação na propriedade, o que acarretou profundas mudanças na estrutura social.

A divisão do trabalho na família havia sido a base para a distribuição da propriedade entre o homem e a mulher. Essa divisão do trabalho na família continuava sendo a mesma, mas agora transtornava as relações domésticas, pelo simples fato de ter mudado a divisão do trabalho fora da família. A mesma causa que havia assegurado à mulher sua anterior supremacia na casa — a exclusividade no trato dos problemas domésticos — assegurava agora a preponderância do homem no lar: o

trabalho doméstico da mulher perdia agora sua importância, comparado com o trabalho produtivo do homem; este trabalho passou a ser tudo; aquele, uma insignificante contribuição. (ENGELS, 1984: 182)

Essa desvalorização do trabalho doméstico perdura até hoje. Segundo Engels, a emancipação da mulher e a igualdade perante o homem seriam impossíveis enquanto ela fosse excluída do trabalho produtivo social e confinada ao trabalho doméstico. Com a geração de riqueza, o direito paterno substituiu o direito materno, em que a propriedade passava da mulher a seu clã, e surgiu a família patriarcal baseada na propriedade privada. Nesse momento, a estrutura familiar passou a ser baseada na monogamia para assegurar que a propriedade do homem fosse passada a seus herdeiros legítimos. Para o autor, a mudança para o direito paterno foi a grande derrota histórica da mulher, que perdeu boa parte dos seus direitos e passou a ser vista como propriedade do homem, a estar sob sua tutela, e a ter seu papel na sociedade restrito ao espaço privado, ao cuidado do lar, à reprodução e à educação dos filhos.

Essa baixa condição da mulher, manifestada sobretudo entre os gregos dos tempos heróicos e, ainda mais, entre os dos tempos clássicos, tem sido gradualmente retocada, dissimulada e, em certos lugares, até revestida de formas de maior suavidade, mas de maneira alguma suprimida. (ENGELS, 1984: 61)

Portanto, foi a partir da separação e hierarquização das esferas pública e privada e exclusão das mulheres da primeira, que os papéis sociais de gênero foram criados e naturalizados. É apenas com a chamada primeira onda do feminismo, que começa em meados do século XIX e se estende até meados do século XX, que as mulheres passam a questionar seu status político e jurídico.

2.2 A história dos movimentos feministas

A principal luta das mulheres da primeira onda do feminismo foi pelo direito ao voto, mas incluiu também o direito à propriedade. Como conta Céli Regina Jardim Pinto em *“Feminismo, história e poder”*, o movimento sufragista, surgido primeiro na Inglaterra, promoveu muitas manifestações. As sufragetes, como ficaram conhecidas, fizeram greve de fome e foram presas diversas vezes. Em 1918, elas alcançaram o

direito ao voto no Reino Unido e essa conquista inspirou o movimento em outros países. Nos Estados Unidos, as mulheres obtiveram o direito em 1920.

No Brasil, as sufragistas, lideradas por Bertha Lutz iniciaram o movimento de luta pelo voto em 1910 e conquistaram esse direito em 1932, através Código Eleitoral instituído durante o governo provisório de Getúlio Vargas. Antes disso, já havia acontecido outras tentativas de estabelecimento do sufrágio universal. Em 1927, o Rio Grande do Norte sancionou uma lei dando às mulheres o direito de votar, e em 1928 a cidade de Lajes (RN) elegeu a primeira prefeita do Brasil, Alzira Soriano. No entanto, os votos das mulheres foram invalidados pela Comissão de Verificação de Poderes.⁹

De acordo com o livro *“Eleições no Brasil: uma história de 500 anos”*, organizado pelo Tribunal Superior Eleitoral, participaram da luta sufragista brasileira não apenas mulheres, mas também intelectuais, políticos e religiosos.

Alguns clérigos e organizações religiosas (como a Federação Pernambucana para o Progresso Feminino, a Liga Eleitoral Católica, e a Cruzada de Educadoras Católicas) se interessavam pelo voto da mulher, na medida em que as viam como representantes de valores religiosos e morais que poderiam ajudar a reformar o cenário político. (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, *Eleições no Brasil: uma história de 500 anos*, 2013: 84)¹⁰

Na segunda onda do feminismo, iniciada na Europa e nos Estados Unidos nas décadas de 1960 e 1970, as feministas se voltam para o questionamento das relações de poder entre homens e mulheres na esfera privada. Nos Estados Unidos, a reação dos jovens à Guerra do Vietnã fortaleceu o pacifismo defendido pelo movimento hippie, um coletivo de contracultura que desafiava valores morais, pregando o amor livre, e de consumo. O lema da ideologia era “paz e amor”. A Europa também vivia um momento de fortalecimento de movimentos sociais e movimentos de contestação de valores tradicionais que teve seu ápice com os eventos de Maio de 68, em Paris. Nos anos 60, foi criada a pílula anticoncepcional, que possibilitou a liberação sexual da mulher e Betty Friedan lançou o livro *A mística feminina*, que se tornou muito importante para o movimento das mulheres.

Através do slogan “o pessoal é político”, as feministas resumiam sua principal reivindicação na época, a luta contra a desigualdade nas relações de poder entre homens

⁹ Disponível em <http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tse-livro-eleicoes-no-brasil-uma-historia-de-500-anos> Acesso em 12/04/2014

¹⁰ Idem

e mulheres. Elas denunciavam o caráter social das desigualdades na esfera privada para defender a importância de levar para o debate político questões do âmbito doméstico, algo que ainda se mantém extremamente relevante ainda hoje.

Enquanto o contexto histórico dos Estados Unidos e da Europa favorecia o feminismo e outros movimentos populares, no Brasil o golpe militar de 1964 impôs uma forte repressão aos movimentos sociais, principalmente após o decreto do AI-5, em 1968. A segunda fase do feminismo brasileiro começou na década de 70 e esteve bastante ligada à luta contra a ditadura. (PINTO, 2010) Nos anos 80, com a redemocratização, o movimento das mulheres ganhou ainda mais força. Em 1985, foi criado o Conselho Nacional dos Direitos da Mulher (CNDM) e nesse período os movimentos feministas exerceram grande influência no processo constituinte, o que impulsionou importantes avanços nos direitos da mulher. Alguns progressos estabelecidos pela Carta Magna de 1988 são a afirmação, no artigo 5º, que “homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações” e, no artigo 226, parágrafo 5º que “os direitos e deveres referentes à sociedade conjugal são exercidos pelo homem e pela mulher”.¹¹ Em 2010, 78 anos após a conquista do voto feminino, pela primeira vez uma mulher é eleita para a Presidência da República.

Os avanços na garantia de direitos formais são vitais, mas as mulheres ainda buscam uma reestruturação da divisão social do trabalho doméstico que as desprenda dos papéis de gênero socialmente construídos, pois só assim poderão alcançar de fato a igualdade. A implementação de políticas públicas como licença maternidade e criação de creches também é uma forma de promover mais equidade.

A estruturação da esfera pública ainda hoje ignora a grande desigualdade na divisão do trabalho doméstico, que impõe às mulheres uma dupla-jornada, já que fazem boa parte do trabalho da casa sozinhas. Nesse sentido, o questionamento de Susan Okin é bastante pertinente:

É preciso perguntar: as práticas nos locais de trabalho, no mercado ou no parlamento seriam as mesmas se elas tivessem se desenvolvido pressupondo que seus participantes teriam de acomodar-se às necessidades de dar à luz, educar um filho, e às responsabilidades da vida doméstica? (OKIN, 2008:320)

¹¹ Disponível em: http://www.spm.gov.br/noticias/ultimas_noticias/2013/10/03-10-nota-do-conselho-nacional-dos-direitos-da-mulher-e-da-secretaria-de-politicas-para-as-mulheres-da-presidencia-da-republica-pelos-25-anos-da-constituicao-de-1988/?searchterm=constitui%C3%A7%C3%A3o Acesso em 09/04/2014

Hoje, conquistas como a Lei Maria da Penha se somam a iniciativas de luta contra a opressão, que ainda persiste apesar dos avanços das últimas décadas, como a Marcha das Vadias, a campanha Chega de Fiu Fiu, a campanha contra a violência obstétrica e a crescente conscientização sobre a existência de uma cultura do estupro.

2.3 Backlash contemporâneo

Ser mulher nos Estados Unidos nesse fim de século: que maravilha! Pelo menos é o que se diz o tempo todo. Os políticos garantem que as barricadas já caíram. As mulheres “chegaram lá”. O mundo da publicidade se regozija. A revista Time proclama que a luta da mulher por igualdade “foi amplamente vencida”. Matricule-se à vontade em qualquer universidade, arrume um emprego em qualquer firma de advocacia, solicite empréstimos a qualquer banco. (FALUDI, 2001: 9)

Nesse trecho de abertura do livro *“Backlash: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres”*, lançado em 1991, a jornalista norte-americana Susan Faludi ironiza a falácia propagandeada pela mídia a partir dos anos 80, e embasada por alguns especialistas, de que as mulheres já haviam alcançado igualdade plena em relação aos homens e o feminismo já não era mais necessário. O argumento por trás da afirmação é a ausência de impedimentos formais para que elas ocupassem espaços antes exclusivos dos homens. Segundo a mensagem propagandeada, as mulheres frequentavam as universidades, já exerciam profissões antes vistas como masculinas e já ocupavam cargos de poder.

Ao mesmo tempo em que anunciava a suposta vitória do feminismo, a mídia apontava diversos sintomas da infelicidade que as conquistas alcançadas teriam gerado. Ou seja, o discurso difundido pela mídia, não apenas no jornalismo, mas reforçado em produtos culturais como séries de TV e filmes de Hollywood, era o de que as mulheres estavam sofrendo por terem adquirido direitos e conquistado espaços masculinos, aos quais não deveriam pertencer. A entrada no mercado de trabalho teria provocado crises de stress, a independência financeira teria trazido instabilidade às famílias e a revolução sexual teria produzido mulheres infelizes por serem solteiras e desesperadas com o relógio biológico.

Nada disso era verdade. A igualdade estava, e ainda está, longe de ser atingida. A defasagem salarial era grande e as mulheres inseridas no mercado de trabalho ainda estavam concentradas em ocupações “femininas”, como secretárias, auxiliares de escritório e balconistas. Além disso, mulheres ainda eram responsáveis por 70% das tarefas domésticas e não havia planos para a criação de creches e de assistência à infância.

O discurso que Faludi identificou na mídia estadunidense dos anos 80 permanece atual, não só naquele país, mas também no Brasil e no mundo. A afirmação de a igualdade já foi alcançada e que o feminismo, portanto, não é mais necessário pode ser visto em discursos como o da ex-primeira dama francesa, Carla Bruni, que declarou em uma entrevista à revista Vogue, em dezembro de 2012, que sua geração não precisava mais ser feminista e que ela certamente não era uma militante feminista.¹²

Devido à reação negativa de diversas mulheres e grupos feministas, Carla Bruni se retratou argumentando ter sido mal interpretada e que quis dizer que pessoalmente nunca sentiu a necessidade de ser uma militante do feminismo. Esse tipo de discurso de negação do feminismo é fruto de uma distorção tanto do movimento quanto de suas militantes, que serve ao propósito de desqualificar a luta das mulheres. O feminismo é erroneamente tido como um movimento que prega a dominação dos homens pelas mulheres, que prega o ódio contra eles ou que é de alguma forma “muito radical” e fundamentalista. Feministas são frequentemente retratadas de forma negativa como solteironas histéricas, feias, mal-amadas, rancorosas e que odeiam homens. A carga negativa atribuída à palavra foi internalizada de tal forma que muitas mulheres não gostam de ser associadas a ela.

No Brasil, a chegada de uma mulher ao mais alto cargo do executivo é às vezes utilizada como argumento do backlash para defender a tese de que a igualdade já foi alcançada. No entanto, a observação da presença feminina no espaço público brasileiro mostra que embora encontremos mulheres em cargos de poder e em postos tidos como masculinos, elas ainda são minoria nesses espaços. Dos 513 assentos da Câmara dos

¹² Disponível em <http://www.vogue.co.uk/news/2012/11/27/carla-bruni-dismisses-contemporary-feminism>

Acesso em 12/04/2014

Deputados, só 45 (8,7%)¹³ são ocupados por mulheres, e no Senado elas ocupam 8 (9,87%)¹⁴ das 81 vagas. No Superior Tribunal Federal temos apenas duas mulheres entre os 11 ministros (STF)¹⁵. A porcentagem de mulheres na população brasileira é de 51% (Censo IBGE, 2010) e no eleitorado nacional é de 51,909% (TSE).

O Brasil ocupa o 121º lugar no ranking de igualdade entre mulheres e homens na política, realizado pela Inter-Parliamentary Union com 189 países. Essa expressiva sub-representação feminina não é justificada pela existência de obstáculos formais, muito pelo contrário. A lei de cotas de gênero, de 1997, estipulou que os partidos políticos deveriam reservar no mínimo 30% e máximo 70% de candidaturas de cada sexo nos âmbitos municipal, estadual e federal. Essa lei, no entanto, não trouxe resultados expressivos. Um dos motivos para isso talvez seja ausência de punições para os partidos que não cumprem a regra. Segundo o demógrafo José Eustáquio Diniz Alves, no ritmo atual, o Brasil demorará 207 anos para atingir a igualdade entre os sexos no legislativo (ALVES, PINTO, JORDÃO, 2012).

2.4 Espaço público e espaço privado

A separação entre público e privado é fundamental para o entendimento da exclusão das mulheres dos espaços de poder. No entanto, longe de ser um consenso, a definição da dicotomia tem significações variadas sob diferentes perspectivas. Com explica Sofia Aboim:

Por vezes, como sucede na tradição da economia liberal, o público restringe-se ao político, inclua-se nele, ou não, a esfera civil ou apenas o estado; o privado, por outro lado, é conotado com o mercado, com o interesse individual, com o não coletivo. Outras vezes, sobressai uma distinção mais vasta que opõe o político, a sociedade civil e o mercado à família, ao espaço doméstico, à intimidade. Outras vezes ainda, o privado é entendido como expressão do Eu, por oposição a uma ordem pública da interação, como notava Goffman. Sem dúvida, debatem-se hoje as relações de tensão ou de cumplicidade entre público e privado, bem como a transformação social das fronteiras entre ambos,

¹³ Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/documentos-e-pesquisa/fiquePorDentro/temas/temas-antiores-desativados-sem-texto-da-consultoria/mulheresnparlamento/bancada-feminina/bancada> Acesso em 13/04/2014

¹⁴ Disponível em: <http://www12.senado.gov.br/noticias/materias/infograficos/2013/07/info-representacao-de-mulheres-e-minorias-no-congresso> Acesso em: 13/04/2014

¹⁵ Disponível em: <http://www.stf.jus.br/portal/cms/verTexto.asp?servico=sobreStfComposicaoComposicaoPlenariaApresentacao> Acesso em 13/04/2014

propondo interpretações variadas e baseadas em diferentes perspectivas. (ABOIM, 2012:97)

Para a autora, o entendimento feminista dos termos é o que associa o privado à família e o público à ordem política e econômica. É importante apontar que apesar das múltiplas definições, seja qual for a compreensão de espaço público adotada, é possível verificar que as mulheres foram excluídas dela por muito tempo, seja da participação no mundo político, da governação, da cidadania e até mesmo de outros tipos de sociabilidade. Como demonstra Aboim: “Nas sociedades tradicionais, ou mesmo nos cafés do século XIX, são os homens os protagonistas da interação.” (ABOIM, 2012:113). Percebemos assim, que a questão do gênero é fundamental para o entendimento de qualquer oposição entre público e privado.

Segundo Susan Okin, desde o século XVII os direitos políticos e direitos pertencentes à concepção moderna liberal de privacidade e do privado são tidos como direitos dos indivíduos. Nessa época, a noção de indivíduo, no entanto, era definida, às vezes formalmente, como homens, chefes de família. Por isso,

[...] os direitos desses indivíduos a serem livres de intrusão por parte do Estado, ou da igreja, ou da vigilância curiosa de vizinhos, eram também os direitos desses indivíduos a não sofrerem interferência no controle que exerciam sobre os outros membros da sua esfera de vida privada – aqueles que, seja pela idade, sexo ou condição de servidão, eram vistos como legitimamente controlados por eles e tendo sua existência limitada à sua esfera de privacidade. (OKIN, 2008: 307)

O ideal de igualdade defendido pela Revolução Francesa se tornou uma das grandes questões da filosofia política moderna, e, no entanto, também é controverso devido às suas várias limitações. Apesar de fundamental para a democracia, a abrangência do conceito só foi ampliada recentemente para inclusão da igualdade de gênero, classe social, etnia e crença. Ainda assim, igualdade formal não significa necessariamente igualdade efetiva. Essa última pode ser mais difícil de ser obtida porque as desigualdades são engendradas por processos de dominação históricos, como o colonialismo, a escravidão e a dominação masculina. (ABOIM, 2012)

Um dos pilares da construção da dicotomia público-privado foi a divisão do trabalho entre os sexos. Os homens são tidos como responsáveis pela esfera da vida econômica e política, enquanto as mulheres são responsáveis pelas ocupações do doméstico, sendo vistas como “naturalmente” inadequadas à esfera pública e, portanto,

não tendo acesso ao poder e ficando subordinadas aos homens. Além disso, em oposição ao caráter racional, impessoal e insensível da lógica mercantil, a imagem do espaço privado foi moldada como um refúgio dessa frieza, um espaço de acolhimento e afetividade, onde há liberdade para a expressão de uma identidade verdadeira. (ABOIM, 2012) Essa construção marcou a história das relações sociais de gênero ao associar as características do espaço privado às mulheres e as características do espaço público aos homens, e é uma das raízes dos mitos de “feminilidade” e “masculinidade” que naturalizam essas atribuições.

O movimento feminista, em sua segunda onda, refutou a distinção entre público e privado como duas esferas completamente independentes, estabelecida por alguns teóricos, argumentando ser no âmbito privado que se estabelecem algumas das formas mais duras de opressão.

Desafiando a abordagem daqueles teóricos que ainda parecem assumir silenciosamente que a criação dos filhos e a domesticidade ligadas à mulher são “naturais” e, portanto, situam-se fora do escopo da crítica política, as pesquisadoras feministas têm argumentado que a divisão doméstica do trabalho, e especialmente a prevalência da mulher à frente da criação dos filhos, são socialmente construídas, e portanto questões de relevância política. (OKIN, 2008: 315)

O movimento também denuncia a desvalorização da esfera privada na construção política das sociedades e afirma que levar as questões do privado para o debate público é fundamental a obtenção da igualdade social. Ao incluírem o privado no debate político, os movimentos de emancipação da mulher promoveram uma diluição da fronteira entre público e privado.

Hoje, apesar das várias conquistas do feminismo tanto no âmbito jurídico quanto no âmbito sociocultural, a associação das características dos espaços público e privado aos gêneros ainda persiste, mas foi tão naturalizada que se tornou quase invisível. As poucas mulheres a alcançarem cargos públicos se concentram nas áreas de atuação que têm relação direta com os papéis convencionais de gênero como, por exemplo, questões sociais, do meio-ambiente, de saúde, etc. Como apontaram Luís Felipe Miguel e Flávia Biroli (2008), tais temas são os que menos impulsionam carreiras políticas e que menos recebem atenção da mídia. Além disso, elas são desproporcionalmente julgadas por seus papéis na vida privada e pela aparência, de uma forma que os homens não são.

3 MÍDIA E ESTEREÓTIPOS

É senso comum crer que mulheres têm mais aptidão para cuidar de crianças, são naturalmente sensíveis, delicadas e dóceis. Ainda que as elas estejam ocupando cada vez mais, e em maior número, espaços que antes lhes eram vedados, a caracterização de sua personalidade continua sendo fortemente vinculada ao lar e à maternidade. A feminilidade — assim como a masculinidade — é um estereótipo frequentemente reforçado pelos meios de comunicação de massa e é pouco questionado. Jornais, revistas, peças publicitárias, filmes e produtos televisivos têm um papel importante na construção de identidades, mas falham em retratar a diversidade e complexidade dos grupos sociais. As características de gênero são justificadas de forma superficial com argumentos biológicos, fundamentados principalmente no papel feminino na reprodução, e são confirmadas empiricamente sem que a influência social seja levada em consideração — desde pequenas, as pessoas são estimuladas a se enquadrarem nos padrões socialmente esperados delas.

É preciso entender como são construídos esses estereótipos e como eles afetam a representação das mulheres — principalmente aquelas cuja experiência de vida não se enquadra neles. Essa construção da feminilidade aparece no noticiário como norma, como uma expectativa natural sobre a personalidade de mulheres e é frequentemente colocada como um contraponto às características consideradas masculinas relacionadas a elas, como se precisasse haver um equilíbrio entre os dois tipos de atributos. O entendimento de como os estereótipos atuam na criação de desigualdades de gênero através da construção da imagem das mulheres que atuam na política é de extrema relevância para analisar sua representação.

3.1 O estereótipo

O estereótipo é muitas vezes percebido como um conjunto de características falsas atribuídas a determinados grupos sociais que atuam negativamente na construção de suas identidades lhes infligindo desvantagens, preconceitos e, em alguns casos, violência. Estereótipos, entretanto, não são meras ficções completamente separadas da realidade. O conceito é complexo e é preciso buscar entendê-lo.

Segundo Flávia Biroli, os estereótipos são atalhos cognitivos que participam dos exercícios de poder, ou seja, são simplificações que permitem a previsão de características e comportamentos, facilitando o acesso a novas situações e informações. Para isso, eles remetem a papéis socialmente definidos que se tornam referências para orientação da leitura daquilo que é novo. Por serem baseados em simplificações, os estereótipos anulam as variações e matizes dos comportamentos individuais. (BIROLI, 2011: 75). Tal definição traz um problema, como aponta João Freire Filho sob o argumento de que esse entendimento justifica de certa forma a opressão de minorias sociais.

O argumento de que representações seletivas, parciais, ultra-simplificadas e instrumentais do Outro são parte integral do processamento mental dos estímulos atravessa grande parte da pesquisa na área da psicologia social, com repercussão nos campos da ciência política, da história e dos estudos culturais e midiáticos. Tal premissa nos leva, porém, à temerária conclusão da necessidade do estereótipo, inocentando seus perpetradores, e deixando-nos inermes diante do racismo, da xenofobia e da discriminação sexual. (FREIRE FILHO, 2004: 46)

O autor apresenta uma segunda percepção do conceito de estereótipo, proposta pelo escritor e colunista político Walter Lippmann, que os define como construções simbólicas enviesadas, alheias à análise racional e resistentes à mudança social. Tal visão favorece a crítica à reprodução desses estereótipos pela mídia, responsabilizando-a por sua contribuição à manutenção do status quo, do preconceito e da opressão de minorias.

O entendimento dos estereótipos como representações completamente falsas, no entanto, pressupõe que estes estejam em total contradição com a realidade e que não demonstrem em algum grau características dos grupos que pretendem representar. Biroli defende que a percepção dos estereótipos como distorções equivaleria a vê-los como uma cortina de fumaça que impede o acesso à realidade, mas que pode ser afastada. O que se pode enxergar através dela não é uma realidade complexa, nem tampouco uma inverdade completa. Mesmo que falsos em relação a alguns indivíduos, os estereótipos poderiam, ainda assim, constituir uma realidade palpável para uma parte significativa do grupo social que pretendem representar. No caso das mulheres, a vida de muitas delas não está de acordo com os estereótipos que estabelecem seu pertencimento ao espaço

privado e vinculam suas qualidades à maternidade, mas é necessário considerar também que existe um número significativo de mulheres que se enquadram nessa caracterização.

Uma explicação possível para essa identificação— fora a que atribui as características à ordem do natural — é que os estereótipos estão arraigados nas representações da realidade internalizadas pelos indivíduos e por isso acabam influenciando suas ações. Por manifestarem expectativas sociais, eles influenciam a forma como o indivíduo percebe a si mesmo e como se comporta e age para se enquadrar nesse padrão (que também cobra dos demais). Como explica Biroli, “estereótipos e realidade alimentam-se um do outro, confirmando papéis, comportamentos e valores socialmente produzidos” (BIROLI, 2011: 77). Assim, ainda que os atributos dos estereótipos não sejam intrínsecos à natureza de determinado grupo, seu estabelecimento como norma orienta o comportamento dos indivíduos, incentivando-os a desenvolver habilidades que confirmem tal identidade. As condutas condizentes com os estereótipos são vistas como regra, e as que entram em conflito são interpretadas como desvio, ao invés de apenas confirmarem que a realidade é mais complexa do que caracterizações simplistas.

Biroli destaca que o aspecto mais importante da relação entre estereótipos e realidade é estarem atrelados a exercícios de poder que colocam alguns grupos sociais, como mulheres, negros e homossexuais, em desvantagem e lhes impõem barreiras. Em primeiro lugar, as características a eles atribuídas são vistas como expressões de sua natureza — portanto tidas como verdadeiras — que os predispõem aos papéis convencionais. Sendo assim, homens brancos e heterossexuais, não sendo definidos por estereótipos, possuiriam mais liberdade para exercer sua individualidade e teriam mais oportunidades. Homens, por exemplo, não costumam ser questionados se sentem culpa ao deixar os filhos aos cuidados de terceiros para trabalhar, já que não existem estereótipos que lhes imponham a responsabilidade pelo cuidado de crianças, um apego tão forte a elas quanto o das mulheres, ou que lhes atribuam uma emotividade intensa como parte de sua natureza. Em segundo lugar, é comum que as essas caracterizações estejam ligadas à violência. A autora aponta que segundo Iris Marin Young, os estereótipos atribuídos a certos grupos não só motivam atos de violência contra eles, como também tornam essa violência aceitável, esperada e um risco constante. Para

Young, é essa aceitação que torna a violência uma das faces da opressão (YOUNG apud BIROLI, 2011: 79).

O que leva o caráter simplificador dos estereótipos a coincidir com formas de opressão, rotulação e determinação daquilo que é regra e desvio, é o fato de terem seu sentido definido em relações de poder concretas. Eles são mecanismos que contribuem para a identificação, por outros, de características e identidades, por isso, podem confirmar e reproduzir as vantagens e desvantagens que se manifestam nas relações de poder. Os estereótipos têm, portanto, um caráter moral, já que seus valores e julgamentos estão atrelados “aos dispositivos ideológicos de legitimação de papéis e posições em uma dada ordem social”. (BIROLI, 2011: 80)

Há estereótipos que fogem e até invertem a relação da dinâmica de poder entre os grupos sociais. A autora cita o machão burro e ignorante e o político corrupto como alguns exemplos. Segundo ela, essa subversão de hierarquias faz parte da produção e reprodução social dos estereótipos, mas não constitui uma crítica consistente às bases da dominação. Biroli também estabelece uma associação entre estereótipo e ideologia, argumentando que ambos se colocam como verdades universais que dispensariam uma análise crítica.

Os estereótipos se alimentam da ausência de análise racional dos valores que os estruturam. Apresentados como caracterizações fundadas empiricamente, derivadas da constatação da “natureza” específica dos indivíduos e dos grupos sociais estereotipados, não aparecem como julgamentos, mas como imagens de caráter descritivo. (BIROLI, 2011:83)

A fronteira entre verdade e distorção nos estereótipos é tênue e complexa. No entanto, além de determinar o que seria a realidade, é importante observar que a reprodução e a legitimação destes estão intimamente ligadas às relações de poder. O acesso aos meios de difusão de informações não está disponível a todos de forma democrática e, por isso, os discursos propagados pelos meios de comunicação de massa partem da perspectiva específica daqueles que detém poder. Os valores e pontos de vista destes são então os que ganham espaço e circulam na sociedade, sendo tidos como verdade, enquanto as minorias sociais são sub-representadas ou têm sua representação distorcida, fatores que contribuem para legitimar sua marginalização.

Os assuntos abordados pela mídia são selecionados de acordo com a relevância que têm para essa elite social, assim como as vozes que merecem ser ouvidas e os

ângulos escolhidos. No entanto, o discurso hegemônico não consegue representar todos os diferentes pontos de vista presentes em uma coletividade plural e acaba perpetuando estereótipos. Embora existam veículos alternativos que mostram outras perspectivas e dão espaço à diversidade, não têm o mesmo alcance dos grandes veículos. Sendo assim, é o discurso destes últimos que tem mais impacto na sociedade e que contribui para cristalizar visões distorcidas das minorias sociais.

3.2 Gênero, estereótipos e mídia

Através dos estereótipos, a construção tradicional dos gêneros resiste às mudanças promovidas pelas mulheres nas últimas décadas e ainda garante que características ligadas ao espaço privado sejam associadas a elas e características ligadas à atuação no espaço público sejam atribuídas aos homens. Tal divisão é tão naturalizada que se tornou quase invisível. Assim, a atuação de mulheres na política, âmbito onde são muito sub-representadas, é marginalizada na mídia e permeada por uma série de preconceitos. Por influência dos estereótipos de gênero, elas são consideradas mais aptas para cargos nas áreas de educação, saúde e urbanismo e menos aptas para áreas como economia, relações exteriores e tecnologia. Além disso, precisam demonstrar que mantêm uma “essência feminina”, apesar das características consideradas masculinas que são exigidas delas no exercício do poder, e algumas pesquisas já demonstraram que elas são desproporcionalmente mais julgadas pela mídia com base em aparência física, personalidade e vida privada.

Como demonstrou o estudo de Flávia Biroli “Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras: ausências e estereótipos”, que analisou as revistas *Veja*, *Época* e *Carta Capital*,

As mulheres são 6,9% das personagens ligadas ao executivo, 8,6% das personagens ligadas ao legislativo, 12,7% daquelas ligadas ao judiciário e apenas 9,9% das personagens que são apresentadas como vozes “técnicas”, ligadas a alguma competência específica e reconhecida (economistas, cientistas políticos, médicos, especialistas de áreas diversas). (BIROLI, 2010: 281)

A pesquisa concluiu que além de reduzida, a presença feminina no noticiário é concentrada em poucas mulheres e marcada por estereótipos de gênero que reforçam a posição marginal delas no espaço político. A pesquisa de Vera França e Laura

Guimarães Corrêa sobre a construção da imagem de Dilma Rousseff como candidata, corrobora essa constatação.

Muito mais do que os homens, elas são associadas a estereótipos, e têm sua vida pessoal exposta e escrutinada. [...] Esse tipo de tratamento não é dispensado aos homens, que têm seus aspectos físicos, pessoais, afetivos incomparavelmente mais preservados. Os homens políticos são analisados e apreciados, de forma dominante, a partir de seu desempenho, ações e proposições no campo da política. (FRANÇA, CORRÊA In NETO et al. 2012: 320)

Biroli analisou a representação das três mulheres que apareceram com maior frequência no noticiário nos anos de 2006 e 2007: Heloísa Helena, Marta Suplicy e Dilma Rousseff. Ela fez uma comparação entre a representação delas e a do ministro Márcio Thomaz Bastos e verificou a existência de três grupos de caracterizações que permeiam a representação estereotipada das mulheres: personalidade e feminilidade; corporalidade; e vida privada.

Das 22 matérias que abordaram a personalidade dos personagens, 20 são sobre as políticas e duas sobre o ministro. Dilma é descrita na *Carta Capital* como durona, porém feminina sem ser feminista. Para a *Veja*, Heloísa Helena é um dos raros exemplos de mulher que gosta de política. Por ser então candidata à presidência, ela concentrou 14 das referências à personalidade, sendo descrita como afetuosa, impulsiva e honesta. Seu suposto “radicalismo” é atribuído a uma postura “cabra-macho”, ou seja, é visto como uma característica masculina. Por sua vez, as qualidades de sensibilidade, suavidade e honestidade aparecem ligadas à sua feminilidade, em forma de contraponto. A legenda de uma foto de Marta Suplicy em uma matéria da *Carta Capital* afirma que ela teria como meta “impor-se com feminilidade”. Nela, Marta afirma que em alguns momentos precisa ser dura e falar grosso e afirma ser feminina. A necessidade de justificar ou atenuar a existência de qualidades exigidas pela arena política nas mulheres que atuam nesses espaços está ligada a uma generificação das características pessoais que classifica atributos nobres como liderança, autoridade e exercício do poder como sendo adequados apenas aos homens. Quando mulheres que ocupam cargos de poder admitem ter características “masculinas”, como pulso firme, precisam assegurar que não deixaram de ser femininas por causa disso. Já entre as características atribuídas ao ministro Thomaz Bastos predominam a racionalidade e a astúcia, tidas como

masculinas, portanto, adequadas. Assim, não há contestação ou necessidade de serem justificadas ou contrabalanceadas por outros tipos de atributos.

A aparência física das mulheres é muito mais abordada fiscalizada do que a dos homens. Elas sofrem pressão para se adequarem aos padrões de beleza impostos pela sociedade e são avaliadas e julgadas pela aparência que exibem. Devem ser suficientemente vaidosas para não serem chamadas de desleixadas, mas não podem ser vaidosas demais para não serem consideradas fúteis. Devem se vestir de forma sensual o suficiente para não serem vistas como carolas, mas não tanto a ponto de serem chamadas de vadias. Embora a fotogenia ou o carisma sejam importantes para qualquer político, os homens não são criticados na imprensa ou por adversários, caso não sejam considerados atraentes. A beleza neles pode até ajudar, mas sua falta não parece ser um problema. Por isso, eventuais intervenções estéticas recebem níveis de destaque diferentes para homens e mulheres. O vestuário e corte de cabelo adotados por eles também não parecem ter relevância para a mídia.

Na pesquisa de Biroli, todas as dez menções à aparência física encontradas são relativas às mulheres. Dilma só recebe uma dessas menções, por conta de uma suposta dieta, mas a autora afirma que em um desdobramento da pesquisa, que avalia a visibilidade das ministras brasileiras nas revistas semanais, verificou que a possibilidade de Dilma ser candidata à Presidência aumentou a quantidade de estereótipos de gênero presentes na sua representação.

Além de caracterizações como “mãe do PAC” e “Geisel de saias”, reproduzidas pelas revistas, a possibilidade de que seja candidata à Presidência abre toda uma agenda da corporalidade nas reportagens: multiplicam-se os comentários relacionados à aparência, especialmente referentes a dietas alimentares para emagrecer, tendo como exemplo mais acabado da visibilidade dada ao corpo feminino, entrevistas com um cirurgião plástico (que recomenda um tratamento com laser para rejuvenescer) e com uma consultora de moda (que recomenda mudanças nas roupas, cabelo e óculos). (BIROLI, 2010: 291)

A maior quantidade de referências à Heloísa Helena, então candidata à Presidência, confirma a relação entre visibilidade e marcas de gênero. Tanto no caso de Marta Suplicy, quanto no de Heloísa há foco no vestuário. A vestimenta da candidata, apontada como simples, é relacionada à ideologia socialista na revista *Veja* e vinculada à feminilidade e à castidade na revista *Carta Capital*. Caracterizações ligadas à

sexualidade, como comentários nas *Veja* sobre fotos que Heloísa fez para a revista *Cláudia*, convivem com vinculações à maternidade, como na afirmação, revista *Época*, de que ela “fala como mãe”. O penteado rabo de cavalo que Heloísa adota também é referenciado nas revistas e descrito como uma marca registrada da política. Embora as dez matérias que abordam a aparência física das candidatas representem apenas 3,7% do total analisado, a comparação com o ministro demonstra que há um foco desproporcional nas mulheres. Biroli ressalta que as referências à aparência física e à feminilidade podem constituir um obstáculo ao reforçarem estereótipos, mas podem ser recursos na construção de identidades diferenciadas das dos homens ou estratégias de visibilidade. A autora reconhece, no entanto, que a vinculação das mulheres a estereótipos ligados à maternidade e à feminilidade é uma forma de naturalizar os papéis convencionais e restritivos de gênero. Como apontado por França e Corrêa, “a aparência da mulher candidata parece ter mais noticiabilidade do que sua atuação como gestora técnica ou política. E essa ênfase não é neutra ou inocente” (FRANÇA, CORRÊA In NETO et al. 2012: 324).

A exigência difusa de que as mulheres se comportem enquanto homens quando se encontram em posições de maior destaque, ou para que a elas tenham acesso, convive com a exigência de que as mulheres se comportem enquanto mulheres. Nos dois casos, mantêm-se critérios androcêntricos para o julgamento do comportamento feminino, que atam as mulheres a comportamentos convencionais ou as restringem a comportamentos considerados legítimos em esferas predominantemente masculinas. (BIROLI, 2010: 293)

A pesquisa encontrou 18 menções à vida privada dos personagens. Em nove delas há menção a familiares. No caso do ministro Thomaz Bastos, não foram citados familiares, ele é apenas descrito pela revista *Veja* como sendo “dono da tranquilidade e simpatia espontâneas dos profissionais bem-sucedidos e dos homens felizes na sua vida pessoal”. Ele também é caracterizado como apreciador de boa literatura, pintura moderna e bons vinhos. Para a autora, há uma relação entre representações da competência masculina na esfera pública e representações de masculinidade que excluem a vida familiar e afetiva. A noção de que questões da vida familiar afetam apenas mulheres políticas é comum no mundo todo. Em abril de 2014, o anúncio da gravidez da filha de Hillary Clinton, ex-secretária de Estado e possível candidata à Presidência dos Estados Unidos em 2016, suscitou debates na imprensa estadunidense

sobre como esse fato afetaria a decisão de Hillary de concorrer ao cargo¹⁶. Poderia ela ser avó e presidenta ao mesmo tempo? Tal questionamento nunca foi feito a homens. Como lembrou o comediante Jon Stewart, Mitt Romney, candidato à Presidência do país em 2012, tem mais de 20 netos, alguns deles nascidos durante a campanha¹⁷.

É perceptível a existência de uma grande diferenciação na maneira como candidaturas masculinas e femininas são abordadas pela imprensa.

Cabe destacar que as representações na mídia sobre as eleitoras e as candidatas foram em geral positivas, embora as candidaturas femininas sejam apresentadas de forma um pouco mais rigorosa e estereotipada que as masculinas, tendo sido mais expostos aspectos das vidas privadas das mulheres, em especial vínculos familiares e questões relacionadas à aparência, como peso, cabelo, maquiagem e vestimentas. (SANEMATSU apud PARNAIBA & GOBBI, 2013: 62)

O grau de exposição da vida privada é maior no caso das mulheres. As referências à competência técnica e à carreira profissional também fazem parte da representação de Dilma Rousseff, mas no caso da então ministra há também citações à sua idade, sua filha, seu estado civil e a uma dieta. No caso de Marta Suplicy, há menções ao atual marido e ao ex, o senador Eduardo Suplicy, a quem é atribuída sua entrada na política. Na análise de Biroli, Heloísa Helena recebeu muitas referências aos relacionamentos com a mãe, os filhos e irmãos. Foi na própria fala de Heloísa que se encontraram muitas das referências à maternidade. Talvez isso possa ser visto como um sintoma da cristalização dos estereótipos de gênero no comportamento dos indivíduos.

Biroli demonstrou que mulheres inseridas em no espaço político, por estarem longe do lar, espaço ao qual pertenceriam por natureza, precisam ser vinculadas de alguma forma a uma “essência feminina”, sob o risco de serem masculinizadas pelo ambiente e pelas exigências do cargo que ocupam.

Esses estereótipos consistem, assim, em narrativas cristalizadas que são ativadas na medida em que os holofotes se voltam para as mulheres políticas. Sua ancoragem em compreensões convencionais do feminino e do masculino naturaliza a ausência de mulheres de espaços e posições de maior poder. Naturaliza, também, o fato de que as tensões entre a atuação política e a vida privada e afetiva sejam relevantes para a trajetória e a imagem pública das mulheres, enquanto

¹⁶ Disponível em: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2014/apr/22/chelsea-clinton-pregnancy-hillary-clinton-grandmother-conspiracies> Acesso em 27/04/2014

¹⁷ Disponível em: http://www.huffingtonpost.com/2014/04/23/jon-stewart-sexism_n_5196490.html Acesso em: 27/04/2014

são potencialmente inexistentes para os homens. (BIROLI, 2010:273-274)

Outro alvo frequente de julgamento é a vida afetiva das políticas. No dia 4 de dezembro de 2013, a deputada Manuela D'Ávila, do PCdoB, virou notícia ao proferir um discurso na Câmara dos Deputados denunciando o cunho machista de uma declaração do deputado Duarte Nogueira, líder da bancada do PSDB. O ministro José Eduardo Cardozo, que é ex-namorado de Manuela, esteve na Câmara para explicar sua conduta na investigação de um caso de corrupção no estado de São Paulo, governado pelo PSDB. Duarte Nogueira acusou Manuela de defender o ministro por motivos sentimentais, dizendo: “o coração tem razões que a própria razão desconhece, deputada”¹⁸. O vídeo com o discurso de Manuela contra o machismo na política ultrapassou 100 mil visualizações no portal de vídeos YouTube¹⁹ e virou notícia em vários veículos de comunicação.

O machismo é construído culturalmente. Uma cultura que se instala no nosso país e em outros tantos a partir de atitudes cotidianas que nós identificamos. [...] Falo porque não podemos tolerar mais que a Câmara dos Deputados e o Congresso Nacional convivam com essa cultura de quem não sabe debater política, de quem não tem respostas para dar para o povo sobre um verdadeiro esquema de corrupção que o estado de São Paulo tem que responder ao povo, e que, por não ter repostas, vai para o caminho fácil da violência e do machismo. (D'ÁVILA, 2013)²⁰

Como fica claro, a presença de mulheres no noticiário político por si só não indica uma possibilidade de mudança no status quo das relações de gênero. Ao atrelar as mulheres em cargos de poder a estereótipos de gênero, a mídia naturaliza a exclusão e marginalização delas na esfera política, justificada por um suposto desinteresse pelo debate político.

Entre junho de 2011 e fevereiro de 2012, sete ministros do governo de Dilma foram demitidos ou se demitiram após terem seus nomes envolvidos em denúncias de corrupção. A imprensa noticiou os casos como uma “faxina ética” ou “faxina no governo” que Dilma estaria promovendo. O machismo não poderia ser mais claro. Como acusou na época a deputada federal Jandira Feghali, “a imprensa usa o termo

¹⁸ Disponível em: <http://www.jb.com.br/anna-ramalho/noticias/2013/12/12/alfinetada-de-tucano-rende-bate-boca-com-manuela-davila-e-jose-eduardo-cardozo/> Acesso em: 23/04/2014

¹⁹ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=ndTuMk4n044> Acesso em: 23/04/2014

²⁰ Idem

‘faxina’ só porque Dilma é mulher. Se fosse homem, seria ‘combate à corrupção’”²¹. Uma das formas de desqualificar e desmerecer o exercício do poder por mulheres é associando-as ou associando suas ações à esfera privada. O termo faxina, que foi utilizado até mesmo por veículos que adotam uma linha editorial de defesa do governo petista, contribui para desempoderar a presidenta enquadrando-a na imagem de empregada doméstica ou dona de casa, os papéis considerados naturais das mulheres. O colunista da *Folha de S. Paulo* Xico Sá, foi um dos que apontaram e criticaram esse machismo.

Qualquer ato da mulher leva o verbo faxinar logo de cara. Dilma fez faxina aqui, Dilma não faxinou os órgãos ligados ao queridinho PMDB – nem usou o mais leve espanador. É elogiada por deixar as coisas limpinhas, como no Ministério dos Transportes; é criticada por fazer um serviço porco em outros cômodos do organograma do poder. Dificilmente há um texto ou matéria de rádio e tv que não ponha a Dilma em uma tarefa doméstica. [...] A continuar assim, ela terá que preencher o quadrinho das profissões com o antigo “do lar”. Tudo bem, é só uma observação cricri sobre o uso das palavras, mas governar, que já foi “abrir estradas” (com o presidente Washington Luís, nos anos 1920), não pode ser apenas fazer faxina. [...] Não que faxinar seja uma tarefa indigna. Mas governar não pode se resumir a diárias clandestinas sem carteira assinada. (SÁ, 2011)²²

Embora a expressão “varrer a corrupção” tenha sido associada ao governo do ex-presidente Jânio Quadros, é preciso salientar que naquele caso, a relação entre faxina e corrupção não foi criada pela mídia e sim pela própria campanha do presidente. O jingle da campanha de Jânio começa com os seguintes versos: “varre, varre, varre, varre vassourinha/varre, varre a bandalheira/ que o povo já tá cansado / de sofrer dessa maneira / Jânio Quadros é a esperança desse povo abandonado!”²³. Por esse motivo, seu símbolo de campanha também era uma vassoura.

3.3 A percepção das mulheres

²¹ Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/augusto-nunes/sanatorio-geral/faxina-e-machismo/> Acesso em 24/04/2014

²² Disponível em: http://xicosa.folha.blog.uol.com.br/arch2011-07-31_2011-08-06.html#2011_08-04_14_51_24-161644940-0 Acesso em 24/04/2014

²³ Disponível em: <http://www.propagandasantigas.com/2008/11/o-varre-varre-vassourinha-de-jnio.html> Acesso em 24/04/2014

Para uma pesquisa que objetiva verificar a presença de estereótipos de gênero na imagem construída pela imprensa da primeira mulher a ser eleita presidenta do Brasil, é relevante verificar como a própria Dilma avalia a questão. Por tal preconceito ser dirigido a todas as mulheres que exercem cargos de poder, a percepção das outras políticas sobre a forma como são representadas na mídia também é interessante para complementar esse estudo.

Dilma já julgava receber um tratamento diferente daquele reservado aos homens que ocupam cargos de poder bem antes de ser candidata à presidência.²⁴ Em entrevista ao programa de televisão *Roda Viva* quando ainda era ministra da Casa Civil do governo Lula, em 2006, Dilma mostrou estar atenta e se sentir incomodada pela maneira como estereótipos frequentemente associados a mulheres em posição de poder afetam sua imagem na mídia. Ao ser perguntada se já havia sofrido discriminação de gênero ao longo de sua trajetória política, Dilma, que é representada na imprensa como brava, ríspida e autoritária (tal afirmação é tão disseminada que em seu verbete na enciclopédia online Wikipédia há um subitem só para seu temperamento²⁵), respondeu que sim.

A mulher, quando ela exerce um cargo com alguma autoridade, sempre é tachada de dura, rígida, dama de ferro ou qualquer coisa similar. E eu acho isso, de fato, um estereótipo. É um padrão, uma camisa de força que tentam enquadrar em nós mulheres. Eu não acredito que se faça com os homens. É natural, é considerado algo assim que fluiu tranquilamente, o exercício da autoridade ou do poder pelos homens. (ROUSSEFF, 2006)²⁶

Em outra matéria também do período como ministra, Dilma volta a se defender da fama que leva por seu suposto gênio: “O difícil não é meu temperamento, mas minha função. Eu tenho de resolver problemas e conflitos. Não tenho descanso”²⁷. Mais adiante na matéria, ela afirma que tentam criar para ela um estereótipo “de pessoa ruim, perversa” e declara ironicamente: “Não sou criticada porque sou dura, mas porque sou mulher. Sou uma mulher dura cercada por ministros meigos”. Dilma apontou que as características qualificadas como negativas nela certamente poderiam ser observadas em

²⁴ Até então ela nunca havia sequer concorrido a um cargo eletivo

²⁵ Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Dilma_Rousseff#Temperamento Acesso em: 19/04/2014

²⁶ Disponível em http://www.rodaviva.fapesp.br/materia/151/entrevistados/dilma_rousseff_2006.htm Acesso em: 19/04/2014

²⁷ Disponível em <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI81918-15223,00.html> Acesso em: 22/04/2014

muitos ministros, mas só são consideradas ruins, inadequadas e dignas de nota quando associadas a mulheres.

Em pesquisa sobre a representação de mulheres candidatas a cargos políticos nos jornais, Raquel Paiva buscou ouvir o que pensam essas mulheres sobre suas imagens na imprensa. O livro *Política: palavra feminina* reúne, além do resultado da análise de diversos jornais, entrevistas com as principais mulheres da disputa eleitoral de 2006.

Ana Júlia Carepa foi a primeira mulher a governar o Pará, maior colégio eleitoral da região Norte, ao ser eleita nas eleições de 2006. Durante sua campanha, ela denunciou estar sofrendo ataques de seus adversários por ser divorciada. A repercussão do fato levou outras mulheres da política a confirmarem ter sofrido o mesmo tipo de discriminação. Segundo ela, o estado civil influencia a vida política das mulheres, que são criticadas por comportamentos que nos homens são celebrados.

A impressão que se tem é que as mulheres não podem levar uma vida normal. Que não podem se casar, se divorciar, gostar de outras pessoas! Elas são logo tachadas, humilhadas por isso. Chega um momento em que essas questões pessoais tornam-se mais importantes do que a própria vida política. A representação das mulheres acaba sendo pautada por isso. (CAREPA apud PAIVA, 2008: 35)

Ana Júlia Carepa também criticou a maneira pejorativa como a liderança feminina é retratada. Ela afirmou que qualquer pessoa que ocupa o poder ou tem que exercer funções nas quais precisa ter autoridade, tem que ter pulso firme. Segundo ela, esse pulso firme é visto como sinônimo de masculinidade e a imprensa, ao passar a ideia de que mulheres precisam ter qualidades ditas masculinas para exercer poder, contribui para desmerecê-las. “É uma visão, sim, preconceituosa, estereotipada, essa que a imprensa quer passar. Não suprime a sensibilidade das mulheres ter pulso firme.” (CAREPA apud PAIVA, 2008: 39)

Heloísa Helena foi a primeira senadora eleita por Alagoas, em 1998. Saiu do PT, partido ao qual era filiada desde 1985, após discordar de ações do governo Lula e votar contra as determinações do partido. Em 2004 fundou o partido PSOL, pelo qual concorreu à Presidência da República nas eleições de 2006. Ao ser perguntada sobre a existência de preconceito de gênero contra as mulheres políticas, ela afirma que apesar de particularmente não se sentir vítima, o preconceito existe, pois vivemos em uma sociedade machista. Heloísa acredita que só não se sentiu vítima, pois tem um temperamento forte, que desenvolveu ou potencializou para se defender do sexismo.

Se tive que falar mais alto, gritar mais, estudar muito mais e, em alguns momentos, ser até agressiva para me fazer respeitar, isso é retrato de um preconceito. [...] Por exemplo: o homem, quando briga muito, ele é considerado corajoso; a mulher, se brigar muito, é considerada histérica; o homem, quando chora, é considerado sensível; a mulher, quando chora, é considerada fingida. Então, até atributos da esfera humana, eles passam por uma classificação diferente, quando são desenvolvidos por homens, ou quando são desenvolvidos por mulheres. (CARVALHO apud PAIVA, 2008: 69)

O penteado e o vestuário adotados por Heloísa frequentemente recebem atenção da mídia. Como observa a política, a imprensa não costuma comentar os ternos dos homens, suas gravatas ou seus cabelos. Apesar de afirmar que tal abordagem não a incomoda, a vereadora classifica tal comportamento da imprensa como “desprezível, porque ele pode incomodar e ‘obstaculizar’ outras mulheres” (CARVALHO apud PAIVA, 2008: 74). Além disso, argumenta que superestimar uma peça de vestuário é uma forma de evitar dialogar sobre o programa político. Além de terem espaço reduzido na mídia, parte deste ainda é usada para questões politicamente irrelevantes.

A deputada Jandira Feghali também critica o fato de sua aparência física ter virado assunto na imprensa. Durante a campanha pela Prefeitura do Rio de Janeiro, em 2004, o adversário César Maia fez piadas preconceituosas a respeito de seu cabelo, que é cacheado. Segundo ela, a mídia comprou a pauta e fez matérias sobre o assunto (FEGHALI apud PAIVA, 2008: 84). Ela ressalta que César Maia é calvo e ela jamais usou tal característica estética do adversário para fazer luta política, pois as mulheres não tem como norma essa atitude de usar de questões pessoais para atingir homens. Para Jandira, a mídia reproduz muito do preconceito preexistente na sociedade, mas também é criadora de opinião.

Quando não é usada para denegrir a imagem de uma mulher, a aparência física é usada para desmerecer e desviar o foco de suas conquistas políticas ou seu projeto político. Manuela D’Ávila, do PCdoB foi eleita deputada federal pelo Rio Grande do Sul em 2006, aos 25 anos, sendo a mulher mais votada do Brasil com mais de 270 mil votos. Ela é também a líder de seu partido na Câmara. Antes mesmo da posse, ela recebeu a alcunha de “musa” e foi questionada sobre o apelido e sobre sua aparência física em diversas entrevistas, nas quais sempre rejeitou o termo. Manuela também apontou que a imprensa muitas vezes busca estabelecer uma ligação entre candidatas e políticos homens como uma forma de justificar a eleição delas.

Quando uma mulher é candidata, vão logo perguntando se ela é esposa, filha, neta de algum político tradicional. Durante a campanha disseram que eu era filha ou neta do Raul Carrion (deputado estadual do PCdoB), da Jussara Cony (ex-deputada estadual do PCdoB). (D'ÁVILA apud PAIVA, 2008: 94-95)

Esse comportamento da imprensa foi dispensado a várias outras mulheres como Marta Suplicy e até mesmo Dilma Rousseff, cuja eleição é frequentemente atribuída à popularidade de Lula. Embora seja inegável o peso do ex-presidente em sua eleição, o mesmo pode ser dito de diversos homens que receberam apoio de um padrinho político muito popular, sem que essa questão seja lembrada a cada reportagem.

4 ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE DILMA ROUSSEFF

O critério adotado para escolha do material a ser analisado foi a maior relevância das pautas e a maior importância de Dilma dentro delas. Por isso, foram selecionadas as matérias sobre sua chegada ao poder, na maioria dos casos coberturas da cerimônia de posse, e as matérias de capa de Dilma nos três primeiros anos de seu mandato, ou seja, de 2011 a 2013. Diferentemente de alguns trabalhos da bibliografia deste estudo, não será analisado o restante do conteúdo como as colunas e editoriais de *soft news*, que pelo caráter por vezes mais social do que político concentram mais representações estereotipadas de gênero e de forma mais explícita. Por esse motivo, essa pesquisa pretende buscar manifestações mais sutis de marcas de gênero e tentar entender que mensagens passam.

No período pesquisado, a presidenta figurou ao todo em 25 capas das revistas *Veja*, *Época*, *Isto é* e *Carta Capital*. A revista *Carta Capital* concentrou maior quantidade de capas de Dilma, com 13 aparições, seguida pela *Veja*, com cinco capas, pela *Isto é* com quatro e, por fim, pela *Época* com três. Devido à dificuldade de acesso à integralidade desse conteúdo, esse trabalho se limitou às 16 edições disponíveis para consulta online ou nos acervos da Biblioteca Nacional e da Biblioteca do Centro Cultural do Banco do Brasil. Foi analisada ainda, uma matéria da revista *Isto é* sobre a primeira semana de Dilma no cargo, que não foi capa da edição, mas por ser a única matéria do veículo que abordou a chegada de Dilma à Presidência foi considerada bastante relevante para a pesquisa.

Com exceção da revista *Isto é*, a primeira capa do ano de 2011 das demais foi a cerimônia de posse da presidenta. A perspectiva adotada pela *Isto é* sobre a mudança de governo foi diferente, com foco na figura de Lula e sua saída do Palácio da Alvorada. A edição do dia 5 de janeiro de 2011, a semana da posse, traz uma capa com fundo branco e um palanque vazio, com a sombra do ex-presidente e a manchete: “O Brasil depois do mito”. A edição traz uma retrospectiva do governo Lula, abordando ao longo várias matérias questões como os efeitos do programa Bolsa Família, o status do Brasil como país emergente, a popularidade do ex-presidente, as diretrizes adotadas por seu governo nas relações exteriores, entre outras. Dilma é pouco mencionada e não tem papel central nas matérias. Ela é citada quando sua ampla margem de vantagem nas urnas do

Nordeste é creditada à popularidade de Lula e ganha mais destaque em uma matéria sobre o futuro político do país sob o novo governo. A pauta desta reportagem é o fato de que o governo Dilma teria a maior base de apoio no Legislativo desde o retorno das eleições diretas para presidente, em 1989, com apoio de pelo menos 375 deputados e 60 senadores (número superior aos três quintos necessários para aprovar mudanças na Constituição). Tal feito é atribuído a uma estratégia, também do ex-presidente, de abrir mão do lançamento de candidaturas do PT nos estados em troca da obtenção de maioria no Legislativo. Apesar de abordar o início do mandato de Dilma, o foco da matéria é nos efeitos positivos e negativos de tantas alianças e em como o “presidencialismo de coalizão” já estaria afetando o cenário político e as distribuições de cargos no novo governo.

As marcas de gênero mais encontradas no material pesquisado foram semelhantes às encontradas nas pesquisas sobre gênero e mídia que serviram como bibliografia para esse estudo. Foram identificadas referências à aparência física, à personalidade, à vida privada e, de forma reduzida, à maternidade. Além disso, observou-se a escolha dos veículos de fazer ou não a flexão de gênero solicitada por Dilma para a grafia de seu cargo: presidenta. As marcas de gênero foram encontradas com mais frequência nas matérias com foco na figura da presidenta, ou seja, as que abordaram sua chegada ao governo. Outro fator que influenciou a presença de estereótipos de gênero foi a linha editorial das revistas. A *Veja*, revista mais conservadora, com posicionamento político de direita e claramente opositora aos governos petistas apresenta mais marcas de gênero em seus textos do que a *Carta Capital*, veículo com posicionamento esquerdista.

4.1 Dilma Rousseff

Dilma Vana Rousseff nasceu em Belo Horizonte, no dia 14 de dezembro de 1947, filha do imigrante búlgaro Pedro Rousseff e da professora Dilma Jane da Silva. Ela fez o ensino fundamental em um tradicional colégio para meninas, frequentou um clube da elite local e fez trabalho voluntário em uma das maiores e mais pobres favelas da cidade. Aos 14 anos ela perdeu o pai, que, segundo seu site oficial, foi a pessoa que a incentivou a gostar de literatura e a ler obras humanistas. Em 1964 passou a estudar em

um colégio estadual, onde fez o ensino médio, e depois ingressou no curso de economia da Universidade Federal de Minas Gerais. O contato com o movimento estudantil, mais ativo na escola estadual, a impulsionou a entrar para a militância política. Aos 16 anos ela entrou na Organização Revolucionária Marxista Política Operária (Polop) e posteriormente participou do Comando de Libertação Nacional (Colina) e da Vanguarda Armada Revolucionária Palmares (VAR-Palmares). Foi na militância que conheceu Carlos Araújo, com quem se casou e viveu por mais de 30 anos e com quem teve sua única filha.

Em 1970, Dilma foi presa e torturada na Operação Bandeirante (Oban) e no Departamento de Ordem Política e Social (Dops). Foi condenada a dois anos e um mês de prisão, mas só foi libertada depois de quase três anos no presídio Tiradentes, em São Paulo. Em 1973, Dilma se mudou para Porto Alegre, onde o marido Carlos Araújo, que também havia sido preso, estava terminando de cumprir pena. Ela passou no vestibular e recomeçou a graduação em economia na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, já que a Universidade Federal de Minas Gerais havia jubulado e anulado os créditos dos alunos envolvidos com organizações de esquerda. Em 1975, nasceu sua única filha, Paula Rousseff Araújo. Dilma participou da campanha pela anistia, ajudou a fundar o Partido Democrático Trabalhista (PDT) e atuou no movimento Diretas Já.

O primeiro cargo na administração pública foi na Secretaria da Fazenda de Porto Alegre, em 1985. Ela foi também secretária de Minas, Energia e Comunicação do Rio Grande do Sul, ministra de Minas e Energia do Brasil e ministra-chefe da Casa Civil do Brasil. Dilma coordenou importantes programas do governo Lula, como o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e o Minha Casa, Minha Vida. No dia 31 de outubro de 2010, Dilma foi eleita presidenta, no segundo turno, com 56,05% do total de votos válidos. Ela foi a primeira mulher e a primeira ex-guerrilheira a chegar à Presidência do Brasil.

Queridas brasileiras e queridos brasileiros,
Pela decisão soberana do povo, hoje será a primeira vez que a faixa presidencial cingirá o ombro de uma mulher. Sinto uma imensa honra por essa escolha do povo brasileiro e sei do significado histórico desta decisão. Sei, também, como é aparente a suavidade da seda verde-amarela da faixa presidencial, pois ela traz consigo uma enorme responsabilidade perante a nação. Para assumi-la, tenho comigo a força e o exemplo da mulher brasileira. Abro meu coração para receber, neste momento, uma centelha de sua imensa energia. E sei que meu mandato deve incluir a tradução mais generosa desta ousadia

do voto popular que, após levar à Presidência um homem do povo, decide convocar uma mulher para dirigir os destinos do país. Venho para abrir portas para que muitas outras mulheres, também possam, no futuro, ser presidenta; e para que --no dia de hoje-- todas as brasileiras sintam o orgulho e a alegria de ser mulher. Não venho para enaltecer a minha biografia; mas para glorificar a vida de cada mulher brasileira. Meu compromisso supremo é honrar as mulheres, proteger os mais frágeis e governar para todos!²⁸

Foi enaltecendo a importância de sua conquista no contexto da luta feminina por representação política, que Dilma Rousseff iniciou o seu discurso de posse no dia 1º de janeiro de 2011. Essa colocação logo no início do primeiro pronunciamento como presidenta da República mostra que ela não só tem consciência da importância histórica de sua eleição, como também atribui grande relevância à questão da desigualdade de gênero. Dilma reiterou esse posicionamento em outras ocasiões, como ao fazer a seguinte declaração sobre a eleição de Michelle Bachelet para a Presidência do Chile: “Nossa região avança, não apenas em termos de crescimento econômico e desenvolvimento social e humano, mas, sobretudo, na questão da igualdade de gênero” (ROUSSEFF, 2014)²⁹.

A desigualdade de gênero, portanto, parece ser uma questão central para o governo de Dilma, que nomeou dez mulheres para o comando de seus ministérios e já afirmou em muitos discursos que a questão é prioridade no seu mandato. Dilma aponta ações como a preferência pelas mulheres para titularidade nos cartões do programa governamental Bolsa Família e no registro dos imóveis do programa Minha Casa, Minha Vida, como um do reconhecimento do papel estratégico da mulher na sociedade.³⁰ No início do seu mandato, a presidenta negou de forma veemente boatos sobre um possível fim da Secretaria de Políticas para as Mulheres afirmando que:

Não há a menor verdade nessas notícias, porque nós vamos continuar avançando e não vamos avançar sozinhas. Vamos avançar com essa Secretaria que defende os direitos da mulher, que defende a igualdade de gênero, porque ela é fundamental como instrumento do meu governo, primeira presidenta desse país. (ROUSSEFF, 2011)³¹

²⁸ Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/governo/2011/01/leia-integra-do-discurso-de-posse-de-dilma-rousseff-no-congresso> Acesso em 07/04/2014

²⁹ Disponível em <http://www.dilma.com.br/site/noticias/view/dilma-brasil-avanca-em-igualdade-de-genero> Acesso em 09/04/2014

³⁰ Disponível em: <http://www.valor.com.br/politica/3454944/para-dilma-brasil-tem-muito-fazer-na-busca-pela-igualdade-de-genero> Acesso em: 09/04/2014

³¹ Disponível em: <http://blog.planalto.gov.br/presidenta-dilma-reitera-compromisso-de-aprofundar-politicas-de-igualdade-de-genero/> Acesso em: 09/04/2014

4.2 Personalidade

Com maior ou menor destaque, todas as publicações se referem a Dilma como tendo uma personalidade forte e difícil de lidar. Ela é descrita como brava, intransigente, ríspida, exigente e durona, entre outros adjetivos similares. A *Veja* de 17 de abril de 2013 faz um quadro comparativo entre a presidenta Dilma e a ex-primeira ministra do Reino Unido Margareth Thatcher, às quais a revista se refere como “damas de ferro”. O termo, sem equivalente masculino, é utilizado para descrever mulheres ocupantes de cargos de poder que tenham posturas firmes. Esse tipo de característica em personalidades femininas é quase sempre visto de forma negativa, como demonstra o trecho de uma matéria da revista *Época*.

A personalidade de Dilma [...] tornou-se um problema para o país. Não apenas por causa dos abundantes episódios de rispidez com políticos e subordinados – mas, sobretudo, porque esses episódios revelam uma presidente inflexível, aparentemente incapaz de se curvar ao erro, mesmo quando confrontada com as vozes das ruas, que agora chegam a poucos metros do Planalto. (Revista *Época*, 01 de julho de 2013, edição 788)

A edição especial da *Veja* sobre o início do governo Dilma trouxe várias reportagens, ao longo de 40 páginas, abordando desde a cerimônia e os desafios políticos e econômicos até expansão da participação feminina no governo. Uma matéria, no entanto, chama a atenção. Embora o estereótipo da “dama de ferro” esteja presente em várias matérias jornalísticas sobre mulheres que ocupam cargos de poder, nesse caso o estereótipo não faz parte da pauta, ele é a pauta.

A matéria “O estilo tolerância zero” ocupa três páginas da revista, sendo a primeira tomada por uma foto da presidenta com a legenda: “Impaciência Pura. Dilma, a cobradora: ‘Ela é muito exigente’, conta um ex-assessor. ‘Quando pede um relatório, não espera nem que o computador carregue o programa com as informações solicitadas’”. O lead da matéria afirma que os três estados de espírito mais comuns de Dilma são brava, muito brava e superbrava, e ensina a detectá-los: “No primeiro nível, ela começa a chamar o interlocutor de ‘santo’; no segundo, de ‘santinho’; no terceiro, abrem-se as portas do inferno”.

O lado negativo de personalidades cheias de arestas como a da presidente é a impaciência para lidar com argumentos contrários, um sinal de pouca flexibilidade intelectual. A impaciência associada a

descomposturas públicas cria ressentimentos, em especial no ambiente caviloso da política. Por causa do estilo agressivo de Dilma, houve resistências quando o seu nome foi aventado como candidata, e, mesmo com os genes da bajulação em atividade máxima depois da vitória, persiste a memória eterna de ofensas passadas. (Revista *Veja*, 5 de janeiro de 2011)

A única ressalva feita pelo texto sobre a “braveza” de Dilma foi apontar que traz como lado positivo a coragem de enfrentar quem quer que seja sem medo de dizer o que pensa. No resto da matéria, o tom é sempre de crítica. Em determinado ponto, a reportagem chega a dizer que “humilhar subordinados não é um método elegante de trabalho”. Várias declarações e relatos de que ela teria destrutado pessoas no ambiente de trabalho são usados para ilustrar a descrição de sua personalidade. A matéria cita o caso do então secretário executivo do Ministério da Integração Nacional, Luiz Antonio Eira, que se demitiu alegando ter sido tratado de forma “desrespeitosa e grosseira” por Dilma em uma reunião. Ele teria feito a então ministra perder a paciência por ter tentado remanejar para seu ministério verbas destinadas à obra da ferrovia Transnordestina, que estava atrasada. Ela teria respondido “Nem sobre meu cadáver”, além de proferir alguns palavrões.

A reportagem deixa implícito que Dilma não é apenas respeitada, mas temida. A *Veja* relata que um ex-assessor técnico preferiu não se identificar ao dar uma declaração sobre Dilma, mesmo sendo elogiosa. Na realidade, o ex-assessor ponderou que ela geralmente tem razão nos debates, porém não deixou de criticar a maneira como fala, ainda que não o conteúdo. Ao narrar o primeiro dia de Dilma no Palácio do Planalto, a revista *Isto é* também qualifica como temor a atitude de uma servidora que hesitou interromper o briefing diário da presidenta com a ministra da Comunicação Helena Chagas para entregar um bilhete. Segundo a matéria “colegas a tranquilizaram: ‘Pode entrar, a Helena é da casa, e a Dilma não vai brigar, fique à vontade’”.

Giles Azevedo e Anderson Dorneles, chefe de gabinete e secretário particular de Dilma, respectivamente, são apresentados pela *Veja* como responsáveis por “administrar o dia a dia e o temperamento da presidenta”. Segundo a matéria, Anderson é visto como um santo por pessoas do entorno, mas “no sentido habitual da palavra, não para tirar pedaço, como faz a presidente”. No último parágrafo, a matéria afirma que quando era ministra, Dilma distribuía pancadas, mas tinha o ex-presidente Lula para “curar as feridas abertas por ela” e questiona quem consertará os estragos causados por ela agora.

A conclusão do texto manifesta o desejo de que Dilma canalize seu estilo tolerância zero para “esferas como corrupção, compadrio, nepotismo, uso abusivo da máquina do estado, espionagem de adversários e correlatos”.

Uma forma indireta de reforçar a imagem “durona” de Dilma é utilizar seu nome como sinônimo de pessoa exigente. Ainda na edição especial sobre a cerimônia de posse, a *Veja* traz uma matéria sobre a participação feminina no governo Dilma. A revista fala sobre as ministras escolhidas pela presidenta e afirma que Miriam Belchior, do Planejamento, é também conhecida como Dilma de Dilma por ter o mesmo estilo exigente. Em uma matéria de 22 de agosto de 2012 da revista *Carta Capital*, o termo Dilma da Dilma é usado por um entrevistado para descrever outra ministra, a então titular da pasta da Casa Civil, Gleisi Hoffmann. “‘Uma coisa é a Casa Civil ligar e cobrar, ainda mais com uma Dilma no comando. Outra coisa bem diferente é a Miriam [Belchior] ligar, não adianta, que não tem o mesmo impacto’, comenta um funcionário graduado da Esplanada”.

A edição do dia 12 de janeiro de 2011 da revista *Isto é* traz uma reportagem sobre a primeira semana de Dilma na Presidência. A matéria “Depois da festa...” narra o dia a dia do gabinete presidencial e sublinha bastante a personalidade da presidenta, descrita como uma pessoa extremamente pontual, que exige pontualidade dos demais, cobradora, impaciente e que provoca medo em seus subordinados. É narrada uma reunião de Dilma com o ministro da Educação Fernando Haddad, em que ele apresenta um projeto de ensino médio em tempo integral seguida da resposta: “‘Eu quero esse negócio implantado o mais rápido possível’, ordenou Dilma.” A escolha do verbo declaratório “ordenou” ao invés de “respondeu”, “pediu”, “aprovou” ou “disse” reforça de maneira sutil a caracterização de Dilma como uma pessoa intransigente e “mandona”.

A matéria da *Isto é* afirma que Dilma continua, como nos tempos de Casa Civil, tendo uma postura de executiva exigente que cobra metas, objetivos, pontualidade, horários e prazos dos subordinados. A reportagem conta que em audiência com o ministro da Fazenda Guido Mantega, Dilma pediu-lhe esforço na aprovação de um projeto que envolvia a redistribuição de impostos para estados e municípios. “Como de praxe, estabeleceu uma data-limite. ‘Já neste semestre’, fixou. O ministro da Fazenda, habituado com as cobranças de Dilma desde quando ela centralizou a administração do

governo Lula, prometeu empenho.” Parece perfeitamente razoável, e até esperado, que governantes exijam de seus subordinados pontualidade e cumprimento de metas dentro de prazos fixados, mas no caso de Dilma a atitude é apresentada como uma peculiaridade de seu estilo exigente.

A suposta impaciência da presidenta foi exemplificada na matéria no seguinte trecho:

Quando algum subordinado demorou a realizar determinado serviço que ela mesma poderia fazer, tratou de executar pessoalmente a tarefa. Foi o que ocorreu na tarde de segunda-feira, quando uma de suas secretárias custou a fazer uma ligação solicitada. Dilma mesmo pegou o telefone e ligou. Tocou para o ministro da Justiça José Eduardo Cardozo. “Você não vem, para a reunião?”, questionou Dilma, que esperava o ministro para participar da audiência das 17h com o presidente do STF, Cezar Peluso. “Estou chegando. Ainda faltam cinco minutos”, devolveu Cardozo. “Mas aqui o horário é da ditadura”, brincou a presidente. Ela se referia à extrema preocupação que, durante o regime militar, os militantes de esquerda tinham com a precisão de horários para evitar problemas nos encontros e reuniões clandestinas. Mas Cardozo chegou a tempo. (Revista *Isto é*, 12 de janeiro de 2011)

É interessante notar que apesar de exemplos como esse descreverem atitudes que mostram também um lado bem humorado de Dilma, narrando piadas e brincadeiras que ela faz, a imagem perpetuada pela mídia é a de uma personalidade séria, rígida e mal-humorada. A conclusão da matéria ainda dá mais exemplos de momentos de descontração da presidenta. Gilberto Carvalho, ministro-chefe da Secretaria-Geral da Presidência e ex-chefe de gabinete de Lula, combinou com o ex-presidente, que estava de férias, de se comunicarem ainda na primeira semana para matar a saudade. Dilma, brincando, ligou duas vezes para Gilberto: “Já falou com Lula, Gilbertinho? Já falou?”.

4.3 Aparência física

A aparência física ocupa um papel central na representação de mulheres na mídia. A beleza ou sua ausência são consideradas questões dignas de atenção jornalística quando o assunto são mulheres em evidência, seja na indústria do entretenimento, no campo esportivo ou na política. A palavra *musa* é frequentemente usada nesse tipo de notícia para descrever mulheres consideradas bonitas para os padrões de beleza vigentes. Mesmo quando é elogiosa, a atenção dada à aparência das

mulheres mascara o fato de que esse tipo de caracterização tira o foco de suas verdadeiras conquistas ao destacar a estética no lugar dos atributos pelos quais elas deveriam estar sendo reconhecidas, reduzindo assim a importância de seus feitos.

A revista *Isto é* do dia 12 de janeiro de 2011 foca o dia a dia da primeira semana de Dilma no cargo. Não houve cobertura da cerimônia de posse, apenas pequenos trechos do discurso foram destacados e algumas fotos construíram uma linha do tempo do evento. A reportagem começa com uma foto de página dupla da cerimônia, com Dilma no Rolls-Royce presidencial e traz o seguinte lead: “Com pouca maquiagem no rosto, trajando um blazer vermelho e uma calça preta, Dilma Rousseff desembarcou no Palácio do Planalto para o seu primeiro dia útil de trabalho como presidente da República às 9h15”. Em uma das páginas da matéria vemos três fotos em close. A primeira, dos brincos, a segunda do terno e a terceira, dos sapatos usados por Dilma na cerimônia de posse. Duas legendas acompanham as imagens com mais informações sobre a aparência da presidenta. A primeira tem o título Detalhes: “Entre aos cuidados com a aparência, Dilma recebe maquiadora diariamente pela manhã”. O título da segunda é Beleza: “Dilma mantém uma meia-calça de reserva no gabinete presidencial”.

A revista reservou um box quase inteiro, cujo título é “Um toque feminino no Planalto”, à aparência de Dilma. O texto ironicamente afirma que a palavra presidenta—que não foi adotada pela reportagem — não serve apenas para marcar uma nova fase de costumes em um país agora comandado por uma mulher e, em seguida, começa a relatar a rotina de cabelo e maquiagem de Dilma. O tom do texto se assemelha ao da imprensa tradicional feminina.

Diariamente, a maquiadora Rose Paz é chamada à residência oficial da Granja do Torto, onde a presidente ainda mora, nas primeiras horas do dia. Rose prepara o rosto de Dilma para receber a maquiagem mais discreta possível, o suficiente para a terceira mulher mais poderosa do mundo, segundo a revista “Forbes”, sair bem nas fotos. Em seu gabinete, a presidente tem um kit para retoques, com corretivos, batom e demaquilante, que aprendeu a usar com o cabeleireiro Celso Kamura. E decidiu que não terá um assessor exclusivo para cuidar de sua própria imagem. Kamura, que mantém salão em São Paulo, só será chamado à Brasília em ocasiões especiais. “O cabelo da Dilma tem um volume legal. Eu a orientei a usá-lo natural”, diz Kamura. A única dica é usar uma pomada para dar um “estilo bacana”. (Revista *Isto é*, 12 de janeiro de 2011)

O restante do box aborda outras “questões femininas” e termina com a seguinte frase: “Pode-se esperar da presidente do Brasil uma postura determinada e enérgica,

mas sempre impecável, com um batom nos lábios.” A *Época* foi mais sutil na menção à estética na cobertura da posse. Em dado momento da cerimônia, Dilma se emocionou e chorou. A revista publicou uma foto da presidenta secando as lágrimas com a seguinte legenda: “Dilma seca uma lágrima que ameaçava borrar a maquiagem, durante seu discurso no Palácio do Planalto”.

A *Veja* também dá destaque desmedido à aparência. A matéria “Dentro da festa da posse”, da edição do dia 5 de janeiro de 2011, traz três fotos nas duas primeiras páginas, nenhuma delas com Dilma. A maior, cuja legenda é “Marcela, a bela”, ocupa cerca de dois terços do espaço e mostra o vice-presidente Michel Temer e sua mulher, Marcela Temer.

A primeira-dama francesa Carla Bruni não deu o ar de sua graça, de seu charme, de todo o seu resto — e, assim, um bando de bigodudos de cabelo acaju ameaçava transformar a cerimônia de posse em um desastre estético. Mas quando Marcela Temer, de 28 anos surgiu ao lado do marido, o vice Michel Temer, de 70 (o que são 42 anos para um casal que se ama?), o mármore dos palácios brasilienses esquentou. (Revista *Veja*, 5 de janeiro de 2011)

Esse texto demonstra a naturalização da ideia de que mulheres devem servir como peças decorativas. Dilma tem mais de 60 anos e não se enquadra nos padrões de beleza, então a ausência da ex-modelo e então primeira-dama francesa, Carla Bruni é problemática por provocar um “desastre estético”. Apesar de ser na época secretária de Estado dos Estados Unidos, a maior potência mundial, Hillary Clinton recebeu menos destaque na página do que Marcela Temer, figurando em uma foto bem menor. Percebe-se assim, que o critério adotado não foi relevância política. A menor foto da página dupla é de Dilma Jane Rousseff, mãe da presidenta, e é acompanhada de uma legenda sobre sua escolha de maquiagem para o evento. Na página seguinte, Dilma aparece em uma foto cumprimentando o príncipe Felipe de Bourbon, da Espanha.

[...] Sem remédio, o herdeiro do trono espanhol, Felipe de Bourbon, de 42 anos, desembarcou em Brasília na manhã do dia 1º para acompanhar a posse de Dilma. Ele chegou sozinho: sua mulher, a princesa Letizia, ex-jornalista, ex-anoréxica e ex-bulímica, ficou na Espanha, cuidando de suas princesinhas, imagina-se. [...] Mesmo tentando fazer jus à tradição de discrição da monarquia espanhola, não conseguia disfarçar o encantamento que algumas das moças presentes lhe causaram, no que foi retribuído com a mesma intensidade, em especial por certa Rapunzel. Para Dilma, ele só olhou na hora de cumprimentá-la e fazer a foto. (Revista *Veja*, 5 de janeiro de 2011)

O texto é extremamente sexista, do início ao fim, sendo desrespeitoso não apenas com Dilma, mas também com a mulher do príncipe, a princesa Letizia, e com Marcela Temer. Além de usar apostos desnecessários, preconceituosos e ofensivos em relação à princesa, a revista deduz que ela que ela não compareceu ao evento para ficar em casa cuidando das crianças, ou que é o que deveria estar fazendo. Enquanto isso, o príncipe Felipe estaria flertando com outras mulheres, e teria sido retribuído por uma certa Rapunzel — Marcela Temer estava de trança e aparece no fundo da foto, ao lado do marido. Dilma é mencionada na última frase da legenda, que afirma que Felipe só olhou para ela na hora de cumprimentá-la e fazer a foto. Trata-se de uma clara crítica à aparência de Dilma. Segundo a *Veja*, o monarca espanhol não queria sequer olhar para ela.

Na matéria “Tolerância Zero”, da mesma edição, o foco é o temperamento de Dilma, mas também há questões sobre a aparência.

Embora a mãe seja evidentemente muito mais preocupada com a aparência, a filha compartilha com ela a paixão por sapatos. Uma loja de Brasília seleciona modelos novos e os envia às duas Dilmas. Em três anos, a nova presidente comprou cerca de cinquenta pares. (Revista *Veja*, 5 de janeiro de 2011)

A matéria ainda afirma que Dilma “sempre teve um tipo físico roliço” e que, segundo um ex-ministro, só tem um medo na vida: engordar. Ela teria perdido três quilos com a dieta da proteína desde a eleição. Há também menção a um tratamento dermatológico a laser que ela estaria fazendo em São Paulo. Outra pauta da mesma edição, com o título “Afirmção feminina”, fala sobre a maior distribuição de cargos para mulheres no governo Dilma. O texto conta que Dilma teria uma tripulação só de mulheres para atendê-la no avião presidencial para não ficar exposta a olhares masculinos em momentos de relaxamento. “Dilma pediu, com toda a razão, uma equipe feminina para atendê-la no avião presidencial. Que mulher quer olhos masculinos estranhos enquanto repousa, tira os sapatos e a maquiagem, estica as pernas e afrouxa as roupas?” (Revista *Veja*, 5 de janeiro de 2011).

4.4 Vida privada

No que diz respeito à vida privada de Dilma, a revista *Época* menciona seu estado civil, sua filha, seu neto, mas o faz também nos perfis dos ministros, não caracterizando, portanto, uma diferença no tratamento baseada no gênero. Já a *Veja* se aprofunda mais na privacidade da presidenta. A revista afirma que o fato de Dilma ser divorciada torna necessárias algumas adaptações no protocolo dos compromissos oficiais, ponderando que o fato constitui um problema apenas para os chefes de protocolo. Ainda assim, não deixou de entrar em mais detalhes sobre as relações familiares. A revista relata que o relacionamento de Dilma com sua única filha, Paula Rousseff Araújo, é complicado. Isso porque Paula não quis se envolver na campanha da mãe, decisão que teve algumas exceções, como seu casamento e o nascimento de seu filho Gabriel.

Aconselhada pela equipe de marketing da campanha. Dilma pediu uma foto com o netinho. Paula negou. Mesmo assim, a mãe foi visitá-la na maternidade com Ricardo Stuckert, o formidável fotógrafo oficial de Lula. Embora contra a vontade, Paula aquiesceu. Stuckert tirou cinco fotos; Paula não quis participar da escolha daquela que seria divulgada e mandou apagar as demais. (Revista *Veja*, 5 de janeiro de 2011)

A revista ainda conta que Dilma teria comentado quando foi diagnosticada com um linfoma, em 2009, que o lado bom da doença foi ter feito com que Paula lhe telefonasse todos os dias. A relação com a tia Arilda e com a mãe, a quem Dilma teria pedido que não concedesse entrevistas, é descrita como mais próxima. “Várias vezes um visitante encontrou as três juntas na sala da residência da então ministra em Brasília: a mãe no crochê, a tia com um livro e Dilma grudada, como sempre, no laptop.” A *Veja* também conta que Dilma perdeu a irmã há mais de 30 anos, de complicações pós-parto de gêmeos.

4.5 Espaço doméstico

Foram encontradas algumas vinculações de Dilma a papéis tradicionais de gênero, como o de dona de casa e mãe. O principal foi o uso do termo faxina ética, que foi bastante utilizado para designar as seguidas demissões de ministros, que aconteceram no início do seu mandato, por suspeitas de envolvimento com esquemas de corrupção.

Na cobertura da cerimônia de posse, para eximir a presidenta Dilma de culpa na crítica que fazia à grande quantidade de ministérios do governo brasileiro, a revista *Veja* afirma que ela não é “mãe do super-hiper-mega ministério”, ela o herdou do governo anterior. Em outra matéria, o veículo exalta o que considerou ser a melhor coisa da eleição da presidente Dilma Rousseff: “o fato de ser mulher, apesar de toda a carga de simbólico pioneirismo, não teve nenhuma grande influência, nem contra, nem a favor. A tentativa de pintá-la como uma bondosa e acolhedora mãe não foi exatamente bem-sucedida, por descompasso entre imagem e realidade.” (Revista *Veja*, 5 de janeiro de 2011) Dilma tem uma filha, o que a revista julgou não se enquadrar na realidade foram os adjetivos bondosa e acolhedora.

A revista *Isto é* do dia 12 de janeiro de 2011 aborda as mudanças trazidas por Dilma na decoração do Palácio do Planalto, cujo terceiro piso, onde fica o gabinete da presidenta, foi “invadido por vasos de flores coloridas”. Além disso, o veículo conta que Dilma também trocou o conjunto de sofás que Lula utilizava por outro, que estava no mezanino. Segundo a revista, com a mudança o visual ficou mais leve, mas a presidenta ainda estava em dúvida sobre manter a alteração. A *Isto é* também conta que sua mesa de despachos foi adornada com um porta-retrato com a foto da filha.

A principal forma de associação de Dilma ao espaço doméstico foi a utilização do termo “faxina ética” para designar o afastamento de vários ministros por suspeitas de corrupção. A expressão desagradou Dilma, que enxergou nela um preconceito de gênero, como explicou à revista *Veja* ao ser perguntada sobre o assunto durante uma entrevista exclusiva.

Por que a senhora não gostou da expressão “faxina ética”?

Parece preconceituoso. Se o presidente fosse um homem, vocês falariam em faxina? Isso é bobagem. A questão não é essa palavra, a questão é que o governo tem uma obrigação de oferecer serviço público de qualidade à população. E para isso é necessário que os processos no governo sejam eficientes, meritocráticos e transparentes. Eu sempre mudei para tentar melhorar.

O termo foi consagrado como referência ao caso e foi reproduzido por toda a mídia, mesmo que às vezes entre aspas. Ao fazer um balanço da primeira metade do governo Dilma, na edição do dia 9 de janeiro de 2013, a revista *Carta Capital* se refere ao episódio como “série de problemas nos ministérios” que levaram à substituição de diversos ministros, quase todos por irregularidades. O veículo elogia a postura de Dilma

nos casos afirmando que “atravessou-os como a maior interessada no seu esclarecimento, como quem queria aproveitá-los para fazer ‘faxina’ na administração federal”. Na edição do dia 28 de novembro de 2012, a mesma revista fala em “sucessão de ministros demitidos em 2011 por suposto envolvimento em corrupção” evitando o termo faxina. Logo em seguida, afirma que “a mandatária não compactua com a bandalheira e se mostra disposta a limpar seu governo”. A semântica é próxima, mas o termo limpar, remete um pouco menos à ideia de afazer doméstico que o termo faxina.

4.6 A representação em imagens

Na revista *Veja* de 17 de abril de 2013, uma matéria sobre a inflação traz Dilma em uma montagem parodiando o famoso pôster “Rosie the riveter”, dos anos 40, que traz uma mulher vestida em um uniforme de fábrica, um lenço na cabeça e fazendo muque com um balão de texto com a frase “We can do it!” (nós podemos fazer isso!). A imagem, que se tornou um ícone do feminismo, representava as mulheres estadunidenses que trabalharam em fábricas substituindo os homens que estavam em combate na Segunda Guerra Mundial. Na revista, a gola do uniforme ganha um broche do PT, o muque tem a imagem de um tomate e no balão se lê “Sim, eu posso...” completado duas páginas depois por um balão com o texto “mas a inflação pode mais”. A revista escolheu ilustrar a sua opinião sobre o que julgou ser uma falta de capacidade de Dilma, enquanto presidenta, de lidar adequadamente com uma questão político-econômica parodiando uma imagem cujo objetivo era justamente afirmar a capacidade das mulheres de ocupar posições tradicionalmente masculinas.

A matéria da *Veja* “O governo na emergência”, do dia 17 de julho de 2013, critica a Medida Provisória 621/2013, que previa a criação do Programa mais Médicos e instituía a obrigatoriedade de trabalho no SUS por dois anos aos estudantes de medicina que ingressassem no curso a partir de 2015. A primeira imagem da matéria é uma montagem de Dilma em um uniforme de enfermeira, vestida com um jaleco branco com um broche do PT na gola e um chapéu de enfermeira. Embora o projeto do governo tratasse apenas da medicina, não incluindo enfermagem ou outros cursos da área de saúde, a revista vestiu Dilma como enfermeira, um curso que concentra muito mais mulheres do que homens, pois trata-se de uma profissão que surgiu ligada à

maternidade, ao cuidado com o outro, e que é historicamente feminina, tendo mulheres como suas pioneiras (Anna Néri, Florence Nightingale). Na capa da revista, ela aparece caracterizada como médica, com jaleco, um estetoscópio em torno do pescoço e um par de desfibriladores nas mãos.

4.7 Outras questões relevantes

A escolha de flexionar para o gênero feminino o título do cargo que ocupa, preferindo ser chamada de presidenta, assim como fez Cristina Kirchner na Argentina, é outra posição adotada por Dilma para sublinhar a relevância de ser a primeira mulher a chegar à Presidência do Brasil. A escolha causou uma polêmica linguística porque o vocábulo causa estranhamento por não ser usual, afinal o país nunca teve antes uma mulher ocupando o cargo. Substantivos de dois gêneros não costumam ser flexionados, variando apenas o artigo que antecede a palavra. No entanto, como afirmaram muitos especialistas,³² a flexão não está errada do ponto vista linguístico, já que norma culta admite ambas as formas. Os principais dicionários brasileiros, como o Aurélio e o Houaiss, já registravam a palavra presidenta e o Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa, da Academia Brasileira de Letras, também. Além disso, a lei federal 2.749, de 1956³³, determina a flexão de gênero na titulação de cargos públicos. Os órgãos e documentos oficiais do governo, até mesmo a placa do Rolls-Royce presidencial, adotaram a grafia presidenta e Dilma também solicitou aos veículos de comunicação ser chamada dessa forma.

A decisão dos meios de comunicação sobre qual termo adotar não é meramente estilística e indica um posicionamento político e ideológico. A flexão de gênero foi solicitada por Dilma, mas não foi adotada por todos os veículos. A revista *Época* declarou em novembro de 2010³⁴ que iria acatar o termo que Dilma escolhesse. No entanto, nas duas edições analisadas neste trabalho foi adotada a grafia presidente, com exceção apenas de um box na edição de 1º de janeiro de 2011. A revista *Veja* também adotou o termo presidente. A revista *Isto é* utilizou ambas as grafias. Das quatro edições

³² Disponível em: <http://revistalingua.uol.com.br/textos/62/artigo248988-1.asp> Acesso em 13/04/2014

³³ Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1950-1959/lei-2749-2-abril-1956-355226-publicacaooriginal-1-pl.html> Acesso em: 09/04/2014

³⁴ Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI176658-18176.00-PRESIDENTE+OU+PRESIDENTA.html> Acesso em: 09/04/2014.

analisadas nessa pesquisa, as de 12 de janeiro de 2011 e 12 de outubro de 2011 utilizaram presidente. A partir da edição de 7 de dezembro de 2011, a revista passou a fazer a flexão de gênero e grafou presidenta também nas edições de 2 de maio de 2012 e 7 de dezembro de 2012. É interessante notar que a edição na qual essa mudança foi detectada foi a que elegeu Dilma como “Brasileira do Ano de 2011”, ou seja, tratava-se de uma matéria elogiosa.

Outra observação pertinente é o destaque dado ao ineditismo do feito de Dilma ao se tornar a primeira mulher a chegar à Presidência da República e ao início do discurso de posse, em que ela sublinha o significado simbólico dessa conquista feminina. A revista *Época* do dia 3 de janeiro de 2011 traz na capa Dilma já com a faixa presidencial e a manchete: “Dilma lá: O novo estilo, os velhos problemas - e o que vai mudar no governo da primeira mulher presidente do país”. “Dilma lá” faz uma alusão à “Lula lá”, jingle de campanha do ex-presidente Lula, e ainda que tenha optado por não usar o termo presidenta, a revista dá destaque ao fato histórico de uma mulher ocupar a Presidência tanto na capa da edição quanto no título da matéria: “A primeira presidente”. A fala de Dilma no discurso de posse sobre o ineditismo de seu feito não é citada no texto, mas a ideia que se trata de um fato histórico foi o lead da matéria.

Muitos dias históricos só passam a essa condição bem mais tarde, quando seu significado pode ser compreendido em perspectiva. Mas o dia 1º de janeiro de 2011, um dia chuvoso, de vento frio, nasceu pronto para se encaixar na história do Brasil. Às 16h48, no Palácio do Planalto cheio de autoridades, guardado pelos Dragões da Independência e cercado por alguns milhares de pessoas, Luiz Inácio Lula da Silva, de 65 anos, passou a faixa de seda verde e amarela, que simboliza a autoridade de presidente da República, a Dilma Vana Rousseff, de 63 anos. Para a história do Brasil ficará mais que a solenidade da cerimônia. Este será lembrado como o dia em que o primeiro ex-operário a chegar à Presidência da República transmitiu o cargo à primeira mulher a conquistar a mesma posição. (Revista *Época*, 03 de janeiro de 2011, edição 659)

Outro motivo pelo qual sua eleição tem forte simbolismo foi destacado pela revista: Dilma foi a primeira pessoa que combateu ativamente a ditadura militar, tendo sido presa e torturada, a exercer a Presidência.

A revista *Veja* traz uma foto semelhante à da *Época* na capa com a manchete: “A batalha dos 100 dias – As oportunidades e os riscos na largada”, mas sem dar grande destaque ao fato de uma mulher chegar à Presidência. Mesmo tendo separado os trechos que considerou mais importante do discurso de posse, o caráter histórico da eleição de

Dilma, que foi a abertura do seu discurso, não foi citado. Há uma matéria sobre as mudanças que ter uma mulher na Presidência trazem, como o pedido para que a tripulação que iria atender Dilma no avião presidencial fosse exclusivamente feminina. A matéria fala brevemente sobre a responsabilidade que esse pioneirismo impõe a Dilma de trabalhar para expandir a participação feminina no governo. Nenhuma das revistas analisadas abordou a questão da sub-representação feminina na política de uma forma geral para contextualizar e mensurar a relevância da conquista de Dilma Rousseff.

CONCLUSÃO

A pesquisa analisou cinco edições da revista *Veja*, duas da *Época*, cinco da *Isto é* e quatro da *Carta Capital*, no período de 2011 a 2013 e identificou a presença de vários estereótipos de gênero atrelados à imagem de Dilma Rousseff. Um dos mais fortes foi a caracterização da personalidade da presidenta, apresentada como durona, exigente e cobradora. Esses traços aparecem como peculiares, por isso, dignos de atenção jornalística, e não como sendo esperados de alguém que ocupa o cargo mais importante da política nacional. Além disso, essas características aparecem quase sempre com viés negativo. Como apontou a própria Dilma em entrevista, esses mesmos traços em homens são consideradas naturais e esperados. Mesmo narrando momentos de descontração da presidenta, a imagem geral que os veículos passam sobre sua personalidade é de mau-humor, impaciência e inflexibilidade. Essa a representação foi tão cristalizada no imaginário popular, que se reflete nas reproduções fictícias da presidenta, como a personagem “Dilma Bolada”, do Twitter e do Facebook, e a Dilma dos esquetes do humorista Gustavo Mendes.

As menções à aparência da presidenta também apareceram com bastante frequência e, em alguns casos, foram bem menos sutis do que era esperado, visto que o material pesquisado não incluiu editoriais de comportamento, colunas, etc. Alguns trechos da edição de 12 de janeiro de 2011 da revista *Isto é* deram tanta atenção a cabelo e maquiagem da presidenta quanto editoriais de beleza de revistas da imprensa feminina tradicional. Houve até aspas do cabeleireiro de Dilma com dicas de como ela deveria estilizar seu cabelo. Esse tipo de estereótipo funciona como uma espécie de contraponto ao estereótipo da dama de ferro, trazendo um suposto equilíbrio ao feminizar a mulher antes masculinizada por seu papel de líder.

A pesquisa encontrou algumas citações às relações familiares da presidenta, mas foram poucas e receberam menos destaque. O maior foco foram as relações com a mãe e com a filha. O fato de ser divorciada foi pouco citado. A associação ao espaço doméstico, entretanto, apareceu bem mais, através do uso do termo “faxina ética” para abordar o afastamento de diversos ministros de Dilma por suspeitas de irregularidades. Esse tipo de estereótipo é mais sutil. O sexismo nesse caso foi pouco contestado e o termo foi reproduzido até mesmo pela *Carta Capital*, veículo esquerdista com linha

editorial mais próxima do governo Dilma. Ainda que tenha aparecido entre aspas nesse veículo, não era essencial, pois outras expressões poderiam ter sido usadas. A disseminação da expressão mostra como o sexismo está entranhado na sociedade de tal forma que às vezes pode passar despercebido.

Na maioria dos casos, os estereótipos foram encontrados nas matérias com foco maior na figura de Dilma, como as coberturas da cerimônia de posse. Nessas reportagens, eles também foram mais explícitos e tiveram maior espaço. Nas matérias sobre situações e questões do governo Dilma, as marcas de gênero aparecem em número bastante reduzido e de forma mais sutil e em algumas edições sequer apareceram.

Verificou-se também, que a linha editorial das revistas exerce influência sobre a presença de estereótipos de gênero nas matérias. A revista *Veja*, mais conservadora e de oposição aos governos petistas, concentrou boa parte das marcas de gênero encontradas no material pesquisado. Na mesma linha, matérias mais elogiosas, como a que elegeu Dilma como a “Brasileira do Ano de 2011”, da *Isto é*, tendem a substituir termos como “faxina ética” por combate à corrupção ou reforma ministerial. Essa alteração conforme o tom da reportagem demonstra a carga preconceituosa que a alusão à tarefa doméstica carrega.

A relevância dada ao vestuário, ao corpo, à aparência e à vida privada de Dilma nas matérias analisadas, confirma a hipótese de que há uma clara diferença na representação por parte da imprensa de homens e mulheres na política. Mesmo não tendo aparecido em todas as matérias, a mera existência desse sexismo já é problemática por constituir um preconceito de gênero. Além da sub-representação, o pouco espaço midiático conferido às mulheres que atuam na política ainda é dividido entre a política em si e questões politicamente irrelevantes de suas vidas. O fato de uma mulher ter chegado à Presidência da República é muito positivo dentro do contexto da luta feminina por igualdade. No entanto, ainda que muito importante, não pode ser considerado um sinal de que essa igualdade de gênero já tenha sido alcançada e que o feminismo não seja mais necessário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livros e artigos

ABOIM, S. Do público e do privado: uma perspectiva de gênero sobre uma dicotomia moderna. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v.20, n.1, p.95-117, 2012.

ALVES, J. E. D.; JORDÃO, F.; PINTO, C. R. J. *Mulheres nas eleições 2010*. 1. ed. Rio de Janeiro: Associação Brasileira de Ciência Política/Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2012. 520p.

BARCINSKI et al. Em Casa que Mulher Manda, até Galo Canta Fino: análise da construção midiática da personagem Dilma Rousseff. *Revista Latino-americana de Geografia e Gênero*, Ponta Grossa, v.5, n.2, p.175-188, 2014.

BIROLI, F. Mídia, tipificação e exercícios de poder: a reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico. *Revista Brasileira de Ciência Política*, Brasília, n.6, p.71-98, 2011.

BIROLI, F. Mulheres e política nas notícias: Estereótipos de gênero e competência política. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, Online, n.90, p.45-69, 2010.

BIROLI, F. Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras: ausências e estereótipos. *Cadernos Pagu*, Campinas, n.34, p.269-299, 2010.

CARVALHO, J. E. C.; FINAMORE, C. M. Mulheres candidatas: relações entre gênero, mídia e discurso. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, n.14, p.347-362, 2006.

CORRÊA, Laura Guimarães; FRANÇA, Vera. Dilma Rousseff: transição de imagens no processo de construção de uma mulher presidencial. In: FAUSTO NETO, Antônio; MOUCHON, Jean; VERÓN, Eliseo (org.). *Transformações da Midiatização Presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências*. São Caetano do Sul: Difusão, 2012. p. 317-334.

ENGELS, F. A origem da família, da propriedade privada e do Estado. 9. ed. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1984. 215p.

FALUDI, S. Backlash: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 2001. 458p.

GOBBI, M. C.; PARNAIBA, C. S. Mulheres na política e na mídia brasileira: breve histórico e cenário atual. Communication Papers - Media Literacy & Gender Studies, Girona, v.2, n.3, p.51-63, 2013.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. Gênero e política no jornalismo brasileiro. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 2, n. 36, p. 24-39, ago. 2008.

OKIN, S. M. Gênero, o público e o privado. Revista Estudos Feministas, Florianópolis, n.16, p.305-322, 2008.

PAIVA, R. Política: palavra feminina. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008. 239p.

PINTO, C. R. J. Feminismo, história e poder. Revista de Sociologia e Política, Curitiba, v.18, n.36, p.15-23, 2010.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL Eleições no Brasil: uma história de 500 anos. Brasília: Brasil, 2013. 91p. Disponível em:
<<http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tse-livro-eleicoes-no-brasil-uma-historia-de-500-anos>> Acesso em: 8 mai. 2014

Revistas

CARTA CAPITAL. São Paulo: Editora Confiança, nº 711, 725, 730, 765, 778

ÉPOCA. São Paulo: Editora Globo, nº 659, 680

ISTO É. São Paulo: Editora Três, nº 2187, 2195, 2216, 2243

VEJA. São Paulo: Editora Abril, nº 2198, 2262, 2282, 2317, 2330

Legislação

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, Senado, 1998. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm Acesso em 16/05/2014

BRASIL. Lei nº 2.749, de 2 de Abril de 1956.